

GRADUATE DIPLOMA ORGANIZATIONAL PERFORMANCE MANAGEMENT

Please note that admission to the Graduate Diploma Organizational Performance Management is suspended until further notice.

The Telfer School of Management offers two 15-unit Graduate Diplomas, one being the diploma in Organizational Performance Management, the other in Leadership and Management.

The diploma in Organizational Performance Management is based on courses which lead to understanding the foundations of organizational performance and how to improve it, based on information-driven decision making.

Its design targets those who want to acquire organizational performance management skills, but it is shorter than the MBA. It allows its participants to continue their regular activities while undertaking a graduate program.

This diploma is composed solely of courses offered in the MBA, and upon admission to the MBA, students who have successfully completed the diploma can transfer all 15 units to their program. This is also the case for the diploma in Leadership and Management. All 30 units of the two diplomas can be retained within the MBA program. See the section entitled "Program Requirements" for more information.

This program is offered on a part-time basis. Students may complete it in three or in six terms.

Admission Requirements

For the most accurate and up to date information on application deadlines, language tests and other admission requirements, please visit the specific requirements (<https://www.uottawa.ca/graduate-studies/programs-admission/apply/specific-requirements/>) webpage.

Applicants to the program must:

- hold a Canadian baccalaureate degree or its equivalent with minimum standing of B;
- have acquired a minimum of 3 years of work experience;
- have achieved at least a 50th percentile score either on the Graduate Management Admission Test (GMAT) or on the Graduate Record Examinations® (GRE®).
- submit a letter of intent;
- provide two confidential letters of recommendation;
- have an adequate knowledge of the language of instruction (either English or French).

In some cases, applicants will be interviewed by a program representative.

Program Requirements

The program requirements are as follows:

Compulsory Courses:

MBA 5100	Communicating with Data: Descriptive Analysis	1.5 Units
MBA 5140	Financial Accounting Information and Decisions I	1.5 Units
MBA 5141	Financial Accounting Information and Decisions II	1.5 Units
MBA 5260	The World of the General Manager and of Strategic Management ¹	1.5 Units
MBA 5265	Performance Management ¹	1.5 Units
MBA 5280	Operations Supply Chain Management	1.5 Units
MBA 6120	Marketing in the 21st Century	1.5 Units
3 optional course units from:		3 Units
MBA 5241 Management Accounting		
MBA 6142 Managerial Accounting II		
or		
MBA 5350 Corporate Financial Management		
or		
MBA 5120 Strategic Marketing Management I		
MBA 5125 Strategic Marketing Management II		

Note(s)

1

Where a student has already been conferred the Graduate Diploma in Leadership and Management, MBA 5260 and MBA 5265 must be replaced by MBA 6396.

Minimum Standards

The passing grade in all graduate courses is C+ (65%). Students who receive failing grades in more than two courses (or in the same course twice) must withdraw from the program.

Duration of Program

The diploma may be completed in 6 terms. The maximum duration is three years from the initial enrollment in the program.

Retained Units

Students enrolled in the Leadership and Management diploma or the Organizational Performance Management diploma can transfer all course units to the MBA program, subject to the following conditions:

1. courses must have been completed within the past five years;
2. courses must have been completed with a minimum grade of B (70%).

Research

Research at the University of Ottawa

Located in the heart of Canada's capital, a few steps away from Parliament Hill, the University of Ottawa ranks among Canada's top 10 research universities. Our research is founded on excellence, relevance and impact and is conducted in a spirit of equity, diversity and inclusion.

Our research community thrives in four strategic areas:

- Creating a sustainable environment
- Advancing just societies

- Shaping the digital world
- Enabling lifelong health and wellness

From advancing healthcare solutions to tackling global challenges like climate change, the University of Ottawa's researchers are at the forefront of innovation, making significant contributions to society and beyond.

Research at the Telfer School of Management

For more information, consult the Professors by area of expertise (<http://www.telfer.uottawa.ca/en/directory/professors-by-area-of-expertise/>) page.

Courses

MBA 5100 Communicating with Data: Descriptive Analysis (1.5 unit)

Procedures for analyzing and presenting data, core statistical concepts such as central tendency measures, variability, relative standing measures. Data and their description: frequency tables, histograms. Summarizing data: measures of location and dispersion. Data visualization. Probability distributions (binomial, poisson, and normal).

Course Component: Lecture

MBA 5101 Decision Making with Data: Inferential Analysis (1.5 unit)

Principles of making inferences from sample data. The capabilities as well as the limitations of these procedures and on the correct interpretation of statistical results. Point and Interval Estimation. Hypothesis Testing and Making Decisions. Chi-square tests on qualitative data: goodness-of-fit and test of independence. Correlation and regression analysis. Confidence intervals and tests in regression. Simple and Multiple Linear Regression

Course Component: Lecture

MBA 5120 Strategic Marketing Management I (1.5 unit)

Issues in marketing management. Differences between product and service types. Pricing policy. Distribution and logistics. Electronic marketing and communication. Understanding of key strategic marketing concepts, including tools and procedures, analysis of market opportunities, and establishing performance objectives. MBA 5120 and MBA 5125, together, are equivalent to MBA 5320.

Course Component: Lecture

MBA 5125 Strategic Marketing Management II (1.5 unit)

Practical applications, using case studies, of key concepts in strategic marketing management. Development of a marketing plan, including its implementation using a simulation in order to satisfy targets in an ethical manner.

Course Component: Lecture

Prerequisite MBA 5120. MBA 5120 and MBA 5125, together, are equivalent to MBA 5320.

MBA 5131 Organizational Behaviour (1.5 unit)

Determining the key organizational factors (e.g. structure, culture) influencing organizational performance. Understanding and application of principles favoring motivation, workplace satisfaction and mobilization of teams; understanding of human diversity and its impact on decision-making. Understanding the notions of power and politics underpinning management decisions.

Course Component: Lecture

Prerequisite: MBA 5235. MBA 5131 and MBA 5132, together, are equivalent to MBA 5330.

MBA 5132 Human Resources Management (1.5 unit)

Understanding the strategic importance of human resources and their impact on organizational performance; acquisition of skills related to employee selection, performance evaluation and managing individual and team performance. Differentiate recognition strategies which foster equity and workplace performance. Differentiate features of human resource management in an international context.

Course Component: Lecture

Prerequisite: MBA 5131. MBA 5131 and MBA 5132, together, are equivalent to MBA 5330.

MBA 5140 Financial Accounting Information and Decisions I (1.5 unit)

Use of accounting information in decision-making by internal users. The role of accounting in the evaluation, control, and decision-making of business managers. Using ratio analysis, performing a business diagnostic in terms of management, profit, liquidity and solvency. The relationship between cost structures and profit (profit threshold, cost-volume-benefit analysis). Use of appropriate costs in making performance-driven decisions. Understanding budgets for planning purposes. Differentiate different types of budget. Gap analysis in budgetary control. MBA 5141 and MBA 5142, together, are equivalent to MBA 5340.

Course Component: Lecture

MBA 5141 Financial Accounting Information and Decisions II (1.5 unit)

Accounting activities. Treatment of indirect costs in costing (products and services). Activity and process management. Use of cost inducers in cost management strategy. Evaluating performance. Accounting issues related to sustainable development.

Course Component: Lecture

Prerequisite: MBA 5140. MBA 5140 and MBA 5141, together, are equivalent to MBA 5340.

MBA 5161 Strategy Formulation (1.5 unit)

Conduct organizational analyses for strategy development. Describe the value chain of the organization in order to identify potential sources of competitive advantage as well as product and market selection, which characterize the organizational strategy.

Course Component: Lecture

MBA 5162 Strategy Implementation and Contemporary Issues (1.5 unit)

The goal of this course is understanding the levers involved in strategy implementation. It also studies the context of the modern business including emerging strategy, systemic thinking, strategy and learning and internet businesses. Organizational processes and strategy. Value stream mapping and process management. The Six Sigma approach and the performance of business processes.

Course Component: Lecture

Prerequisite: MBA 5161. MBA 5161 and MBA 5162, together, are equivalent to MBA 5360.

MBA 5180 Fundamentals of Quantitative Analysis (3 units)

Introduction to calculus including limits, functions of one variable, graphical representation, differentiation, notions of integration, functions of several variables and managerial applications. Introduction to matrix algebra, resolution of systems of linear equations. This course requires six hours of lectures per week.

Course Component: Lecture

MBA 5211 Corporate Governance for the Responsible Manager (1.5 unit)

Introduction to the multidimensional world of corporate governance. Topics include: Systems for ethical decision-making, Stakeholder interactions and Shareholder engagement, Accountability and Regulatory Regimes, Transparency and Oversight, Triple-bottom line analysis, Managing in a multicultural context, Technological change and its social and environmental impacts, and Environmental sustainability. The course will use in-class discussions and case studies examples to develop managerial competencies and decision-making skills.

Course Component: Lecture

MBA 5235 Leadership Skills (1.5 unit)

Power of self-awareness. Exercises for self-exploration. Interpersonal skills. Communication as essential to leadership. Strategies for leadership development. High performing teams and facilitating team process. Course delivery involves class discussions, experiential exercises, guest speakers and case studies.

Course Component: Lecture

MBA 5236 Values-Based Leadership (1.5 unit)

Values-based leadership to meet the organizational challenges of a complex world. Interplay of the three critical leadership forces: leader, followership, and situation, including non-positional influence and power. Explorations of emotional intelligence, leadership character, authentic leadership behavior through effective listening and communication skills. Students examine their own leadership readiness via class discussions, case reviews, self-assessments & experiential exercises examining real-world leadership successes and failures through topics of their choosing.

Course Component: Lecture

MBA 5237 Change Management (1.5 unit)

Development of skills in the effective conceptualization, planning, implementation, and evaluation of change interventions in human systems. Behavioral science frameworks explaining and guiding the practice of change in an organizational context. Systemic nature of change and intervention practice, including the generation and management of resistance to change. Organizational change processes at the levels of individual, team, and overall organizational design including the necessary system conditions that underlie effective human system intervention efforts. Cross-cultural change, knowledge-based organizations, socio-technical change processes, system vs. cultural change.

Course Component: Lecture

MBA 5241 Management Accounting (1.5 unit)

This course focuses on the role of the accounting function internal to the organization. It takes a broad view of managerial accounting, introducing students to various costing systems, cost behaviour patterns and cost structures. It demonstrates the use of accounting for the evaluation of product, managerial and divisional performance thus helping students to understand what accounting can do for decision makers and how accounting choices affect decisions. Emphasis on the strategic importance of aligning accounting systems with firm technologies and goals. Current issues in management accounting and internal reporting are discussed.

Course Component: Lecture

MBA 5250 Introduction to Corporate Finance (1.5 unit)

Financial management and the financial environment. Risk and rates of return. Discounted cash flow analysis. Bond valuation, preferred share, common share and corporate valuation models.

Course Component: Lecture

Prerequisite: MBA 5340

MBA 5258 Economics for the Global Manager I (1.5 unit)

This course will introduce students to the concepts, theories, data and other ideas related to macroeconomics. Topics to be covered include: components of the economy, international trade, labour and unemployment, money and the financial system, business cycles, and investment and innovation. Students will learn to use economic data to make managerial decisions and develop an appreciation of managers' roles within the economic system.

Course Component: Lecture

Corequisite waived for Fall 2020. MBA 5258 and MBA 5259, together, are equivalent to MBA 5355.

MBA 5259 Economics for the Global Manager II (1.5 unit)

This course will introduce students to the concepts, theories, data and other ideas related to microeconomics. Topics to be covered include: supply and demand, elasticities of demand and supply, theory of the firm, forms of competition, environmental externalities and government policies. Students will learn to use economic data to make managerial decisions and develop an appreciation of managers' roles within the economic system.

Course Component: Lecture

Corequisite: MBA 5258. MBA 5258 and MBA 5259, together, are equivalent to MBA 5355.

MBA 5260 The World of the General Manager and of Strategic Management (1.5 unit)

Understanding the role of the general manager in setting direction, creating competitive advantage, allocating resources, integrating operations and projects, framing the organizational infrastructure and context and managing change. Introduction to the concept of strategy and alternative models of strategic making.

Course Component: Lecture

MBA 5261 Introduction to Product Management (1.5 unit)

Underlines importance of innovation and development of new products and services. Customer journey mapping and persona development to trigger product ideas. Product visioning and positioning. Product roadmaps. Product requirement documents. Financial analysis and pricing strategies.

Course Component: Lecture

MBA 5262 Technology Sales & Customer Interface (1.5 unit)

Sales relationships defined by personal selling, customer and 'product' strategies, applying to tangible products, SaaS and knowledge-based [professional] services. Designing cross-silo, collaborative product demonstrations. Tailoring value propositions to defined target markets. Sales force structures and distribution channel options. The organizational roles and key functions of the professional sales manager. Sales force analytics including engagement metrics, prospect pipeline obstacles & team performance.

Course Component: Lecture

MBA 5264 Digital Organizations (1.5 unit)

Role of digital technologies in organizations. Enterprise systems: using digital technologies to support organizational processes at the operational, management and strategic levels. Business intelligence: using digital technologies to transform data into knowledge. Knowledge management: using digital technologies to capture and disseminate knowledge. Systems development: developing and acquiring digital technologies for the organization.

Course Component: Seminar

MBA 5265 Performance Management (1.5 unit)

The focus will be on learning about business intelligence and performance management approaches at operational levels in the organization. Frameworks such as the Balanced Score Card and Quality Management will be covered, as well as the use of business intelligence to explore performance problems.

Course Component: Lecture

MBA 5270 Knowledge and Information Management (1.5 unit)

Role of information in organizations. Overview of systems used to capture, transform and disseminate information to managers. Linkages between information and knowledge management. The process of knowledge creation and application within and among organizations.

Course Component: Lecture

MBA 5280 Operations & Supply Chain Management (1.5 unit)

Introduction to the nature of the supply chains and the elements that play a crucial role in their competitiveness. Specifically, how efficient, responsive, and agile supply chains are designed and managed in terms of the internal operations of the involved organizations; their sourcing, logistics, and customer demand management capabilities; as well as their integrated approach toward supply chain strategy and performance measurement. Emerging related topics such as lean supply chains and supply chain risks and resilience will also be discussed.

Course Component: Lecture

MBA 5300 Data Analysis (3 units)

Introduction to statistical data analysis. Basic concepts important to management: problem-solving and decision-making using data. Application of univariate and bivariate methods to various datasets. Use of software and the interpretation of statistical output. Models and tools to assist students in collecting, organizing, understanding, analyzing, presenting and communicating data. MBA 5100 and MBA 5101, together, are equivalent to MBA 5300.

Course Component: Lecture

MBA 5320 Marketing (3 units)

Principles of market-driven managerial decision making: consumer, competitor, and company analysis, market segmentation, definition of target markets, and product positioning. Management of marketing function: product and pricing decisions, channels of distribution, marketing communications. Marketing as creating customer value and benefits to the organization and its stakeholders.

Course Component: Lecture

MBA 5330 Managing Talent & Organizations (3 units)

The strategic advantage of designing effective organizations and talent management systems to achieve organizational outcomes. Topics include: job performance, organizational commitment, thriving workplaces, motivation, and team dynamics. Talent management processes to acquire, develop, and engage employees. Equity, diversity, and inclusion. Organizational culture, power and politics, and current topics related to talent management.

Course Component: Lecture

MBA 5340 Financial Accounting (3 units)

Use of accounting information in decision-making by internal users. The role of accounting in the evaluation, control, and decision-making of business managers. Using ratio analysis, performing a business diagnostic in terms of management, profit, liquidity, and solvency. The relationship between cost structures and profit (profit threshold, cost-volume-benefit analysis). Use of appropriate costs in making performance-driven decisions. Understanding budgets for planning purposes. Differentiate different types of budget. Gap analysis in budgetary control. Accounting activities. Treatment of indirect costs in costing (products and services). Activity and process management. Use of cost inducers in cost management strategy. Evaluating performance. Accounting issues related to sustainable development.

Course Component: Lecture

MBA 5345 Financial Management & Markets (3 units)

Introduction to the financial environment and markets. Time value of money, interest rates, bonds and stocks valuation, risk and return, capital budgeting under certainty, and short-term financing.

Course Component: Lecture

MBA 5350 Corporate Financial Management (3 units)

Financial Management & the Financial Environment. Risk & rates of return. Discounted cash flow analysis. Bond valuation, preferred share, common share and corporate valuation models. Cost of capital, capital budgeting basics. Cash flow analysis, capital budgeting. Capital structure decisions. Issuing common shares and long-term debt. Financial planning and control. Short-term financing and working capital management. Treasury management. Options and other derivatives. Hybrid financing.

Course Component: Lecture

Prerequisite: MBA 5340

MBA 5355 Economics for the Global Manager (3 units)

Introduction to the concepts, theories, data, and other ideas related to microeconomics and macroeconomics. Topics include: supply and demand, elasticities of demand and supply, theory of the firm, forms of competition, environmental externalities and government policies, components of the economy, international trade, labour and unemployment, money and the financial system, business cycles, and investment and innovation. Students will use economic data to make managerial decisions and develop an appreciation of managers' roles within the global economy.

Course Component: Lecture

MBA 5360 Strategy Formulation and Implementation (3 units)

Understanding how to assess the performance of a business, what determines performance, how to conduct a strategic audit and to develop a specific course of action to deal with strategic issues. Enhancing value by aligning strategy and organizational infrastructure. Implementing change in order to enhance competitiveness. Developing general management abilities that integrate prior knowledge and skills acquired in other courses.

Course Component: Lecture

Corequisites: MBA 5260, MBA 5320, MBA 5330, MBA 5340, MBA 5350. MBA 5161 and MBA 5162, together, are equivalent to MBA 5360.

MBA 5390 MBA Capstone (3 units)

Integration of foundational knowledge through a team-based simulation. Application of a variety of analytical approaches to develop and implement strategy for a large global organization in a complex environment. In dynamic conditions, react to different competitive moves and changing customer requirements under tight time constraints.

Course Component: Seminar

MBA 5500 Analyse descriptive des données (1.5 crédit)

Procédures d'analyse et de présentation des données, concepts statistiques de base tels que les mesures de tendance centrale, la variabilité, les mesures de standing relatif. Les données et leur description : tableaux de fréquence, histogrammes. La synthèse des données : mesures de localisation et de dispersion. Visualisation des données. Distributions de probabilités (binomiale, poisson et normale).

Volet : Cours magistral

MBA 5501 Analyse inférentielle des données (1.5 crédit)

Principes permettant de faire des déductions à partir de données d'échantillons. Capacités ainsi que limites de ces procédures ainsi que l'interprétation correcte des résultats statistiques. Estimation ponctuelle et par intervalle. Test d'hypothèse et prise de décision. Tests du khi-carré sur des données qualitatives : qualité de l'ajustement et test d'indépendance. Analyse de corrélation et de régression. Intervalles de confiance et tests de régression. Régression linéaire simple et multiple.

Volet : Cours magistral

MBA 5520 Gestion stratégique de marketing I (1.5 crédit)

Enjeux de la gestion d'une offre en marketing. Différentiation des types de produits et services. Politique de prix. Distribution et logistique. Communication marketing et marketing électronique. Apprentissage des concepts clés du marketing stratégique, des outils et des procédures, l'analyse des opportunités du marché, et la fixation des objectifs de performance. MBA 5520 et MBA 5525 constituent une équivalence à MBA 5720.

Volet : Cours magistral

MBA 5525 Gestion stratégique de marketing II (1.5 crédit)

Mise en application, à l'aide d'étude de cas, des concepts clés du marketing stratégique. Développement d'un plan marketing incluant sa mise en oeuvre au travers d'une simulation de façon à satisfaire les objectifs fixés de manière éthique.

Volet : Cours magistral

Préalable : MBA 5520. MBA 5520 et MBA 5525 constituent une équivalence à MBA 5720.

MBA 5531 Comportements organisationnels (1.5 crédit)

Déterminer les facteurs organisationnels (p. ex. structure, culture) clés influençant la performance organisationnelle; comprendre et appliquer les principes qui favorisent la motivation, satisfaction au travail et la mobilisation des groupes de travail; développer une capacité à comprendre la diversité humaine et sa prise en compte dans la prise de décision. Comprendre les notions de pouvoir et les dimensions politiques qui influencent les décisions de gestion.

Volet : Cours magistral

Préalable : MBA 5235. MBA 5531 et MBA 5532 constituent une équivalence à MBA 5730.

MBA 5532 Gestion des ressources humaines (1.5 crédit)

Comprendre l'importance stratégique des ressources humaines et de son impact sur la performance de l'organisation; acquérir des compétences à choisir ses employés, à évaluer leur rendement et à gérer les performances individuelles et d'équipe. Distinguer les différentes stratégies de reconnaissances qui favorisent l'équité et la performance au travail. Distinguer les particularités de la gestion des ressources humaines dans un contexte internationale.

Volet : Cours magistral

Préalable : MBA 5531. MBA 5531 et MBA 5532 constituent une équivalence à MBA 5730.

MBA 5540 Information comptable et décision I (1.5 crédit)

Le cours permet aux étudiants de comprendre l'utilité de l'information comptable dans la prise de décisions des utilisateurs externes. Il aborde le processus de production de l'information financière, le contenu général des états financiers en contexte national et international et l'analyse financière. MBA 5540 et MBA 5541 constituent une équivalence à MBA 5740.

Volet : Cours magistral

MBA 5541 Information comptable et décision II (1.5 crédit)

Le cours permet aux étudiants d'aborder des sujets particuliers en comptabilité financière et d'intégrer différentes notions de comptabilité financière, de stratégie et de gouvernance pour réaliser un diagnostic approfondi de la performance d'une entreprise.

Volet : Cours magistral

Préalable : MBA 5540. MBA 5540 et MBA 5541 constituent une équivalence à MBA 5740.

MBA 5545 Gestion financière et marchés (3 crédits)

Introduction à l'environnement et aux marchés financiers. Valeur temporelle de l'argent, taux d'intérêt, évaluation des obligations et des actions, risque et rendement, budgétisation du capital en cas de certitude et financement à court terme.

Volet : Cours magistral

MBA 5561 Formulation de la stratégie (1.5 crédit)

Le but du cours est de développer chez les étudiants des aptitudes et des compétences pour piloter un processus d'analyse menant à la formulation de stratégies. Il vise aussi à décrire le fonctionnement de la chaîne de valeur de l'entreprise en vue d'y identifier les sources potentielles de création d'avantages concurrentiels ainsi que les choix de produits et marchés, qui décrivent la stratégie de groupe. Enfin il constitue l'occasion pour intégrer dans la perspective globale de la gestion stratégique les diverses connaissances fonctionnelles.

Volet : Cours magistral

Préalables : MBA 5660, MBA 5720, MBA 5730, MBA 5740, MBA 5750. MBA 5561 et MBA 5562 constituent une équivalence à MBA 5760.

MBA 5562 Déploiement de la stratégie et thématiques modernes (1.5 crédit)

Le but du cours est de comprendre les leviers impliqués dans le déploiement de la stratégie. Il vise aussi l'étude des contextes de l'entreprise moderne incluant stratégie émergente, pensée systémique, stratégie et apprentissage et business webs. Processus organisationnels et stratégie organisationnelle. / Value stream mapping et gestion des processus. L'approche Six Sigma et la performance des processus d'affaires.

Volet : Cours magistral

Préalable : MBA 5561. MBA 5561 et MBA 5562 constituent une équivalence à MBA 5760.

MBA 5564 L'entreprise numérique (1.5 crédit)

Rôle des technologies numériques dans les organisations. Systèmes d'entreprise : utilisation des technologies numériques pour soutenir les processus organisationnels aux niveaux opérationnel, managérial et stratégique. Intelligence économique : utilisation des technologies numériques pour transformer les données en connaissances. Gestion des connaissances : utilisation des technologies numériques pour acquérir et diffuser les connaissances. Développement de systèmes : développement et acquisition de technologies numériques pour l'organisation.

Volet : Séminaire

MBA 5580 Éléments d'analyse quantitative (3 crédits)

Initiation à l'analyse : limites, fonctions d'une variable, représentation graphique, calcul différentiel, notion de calcul intégral, fonctions de plusieurs variables et applications en gestion. Initiation à l'algèbre linéaire et au calcul matriciel, résolution des systèmes d'équations linéaires. Ce cours comporte six heures de cours par semaine.

Volet : Cours magistral

Préalable : connaissances en mathématiques équivalentes à la douzième année de l'Ontario.

MBA 5611 Gouvernance d'entreprise pour le gestionnaire responsable (1.5 crédit)

Introduction au monde multidimensionnel de la gouvernance d'entreprise. Les sujets abordés sont les suivants : les systèmes de prise de décision éthique, les interactions avec les parties prenantes et l'engagement des actionnaires, la responsabilité et la réglementation, la transparence et la surveillance, l'analyse du triple indice, la gestion dans un contexte multiculturel, le changement technologique et ses impacts sociaux et environnementaux, et la durabilité environnementale. Le cours s'appuiera sur des discussions en classe et des exemples d'études de cas pour développer les compétences managériales et les capacités de prise de décision.

Volet : Cours magistral

MBA 5635 Habiletés de gestion (1.5 crédit)

Le pouvoir de la conscience de soi. Exercices d'exploration de soi. Compétences interpersonnelles. La communication comme élément essentiel du leadership. Stratégies de développement du leadership. Les équipes performantes et la facilitation du processus d'équipe. Les cours sont dispensés sous forme de discussions en classe, d'exercices pratiques, de conférenciers invités et d'études de cas.

Volet : Cours magistral

MBA 5636 Leadership fondé sur les valeurs (1.5 crédit)

Leadership fondé sur les valeurs pour relever les défis organisationnels d'un monde complexe. Interaction des trois forces critiques du leadership : le leader, la personne suivant le leader et la situation, y compris l'influence et le pouvoir non positionnels. Exploration de l'intelligence émotionnelle, du caractère du leader, du comportement authentique du leader à travers des compétences d'écoute et de communication efficaces. Les étudiants examinent leur propre aptitude au leadership par le biais de discussions en classe, d'examen de cas, d'auto-évaluations et d'exercices expérientiels examinant des exemples de succès et d'échecs concrets de leadership, sur des sujets de leur choix.

Volet : Cours magistral

MBA 5637 Gestion du changement (1.5 crédit)

Développement de compétences dans la conceptualisation, la planification, la mise en œuvre et l'évaluation efficaces des interventions de changement dans les systèmes humains. Modèles utilisés en sciences comportementales expliquant et guidant la gestion du changement dans un contexte organisationnel. La nature systémique du changement et de la pratique des interventions, y compris la génération et la gestion de la résistance au changement. Les processus de changement organisationnel aux niveaux de l'individu, de l'équipe et de la conception globale de l'organisation, y compris les conditions systémiques nécessaires qui sous-tendent les efforts d'intervention efficaces dans les systèmes humains. Changement interculturel, organisations fondées sur la connaissance, processus de changement socio-technique, changement de système par rapport au changement culturel.

Volet : Cours magistral

MBA 5641 Comptabilité et stratégie (1.5 crédit)

Ce cours se concentre sur le rôle de la fonction comptable interne à l'organisation. Il adopte une vision large de la comptabilité de gestion, en présentant aux étudiants divers systèmes de calcul des coûts, des modèles de comportement des coûts et des structures de coûts. Il explique l'utilisation de la comptabilité pour l'évaluation de la performance des produits, de la gestion et des divisions, aidant ainsi les étudiants à comprendre ce que la comptabilité peut faire pour les décideurs et comment les choix comptables affectent les décisions. L'accent est mis sur l'importance stratégique de l'alignement des systèmes comptables sur les technologies et les objectifs de l'entreprise. Des questions d'actualité en comptabilité de gestion et du reporting interne sont abordées.

Volet : Cours magistral

MBA 5650 Introduction à la gestion financière (1.5 crédit)

Rôle des marchés financiers. La notion de rendement-risque. Calcul actuariel. Modèles d'évaluation des actions ordinaires et privilégiées, des obligations. Sources de financement des entreprises.

Volet : Cours magistral

Prerequisite: MBA 5740

MBA 5652 Formulation de la stratégie (1.5 crédit)

Effectuer des analyses pour le développement de la stratégie organisationnelle. Décrire la chaîne de valeur de l'organisation afin d'identifier les sources potentielles d'avantages concurrentiels ainsi que le choix des produits et des marchés, qui caractérisent la stratégie organisationnelle.

Volet : Séminaire

MBA 5658 Principes d'économie pour les gestionnaires d'entreprises internationales I (1.5 crédit)

Ce cours introduit les étudiants aux concepts, théories, données et autres idées liées à la macroéconomie. Les sujets abordés comprennent : composantes de l'économie, le commerce international, l'emploi et le chômage, l'argent et le système financier, les cycles économiques ainsi que l'investissement et l'innovation. Les étudiants apprendront à utiliser les données économiques pour prendre des décisions de gestionnaires et de développer une appréciation des rôles des gestionnaires au sein du système économique.

Volet : Cours magistral

Concomitant : MBA 5659. MBA 5658 et MBA 5659, ensemble, sont équivalents à MBA 5755.

MBA 5659 Principes d'économies pour les gestionnaires d'entreprises internationales II (1.5 crédit)

Ce cours introduit les étudiants aux concepts, théories, données et autres idées liées à la microéconomie. Les sujets abordés comprennent : l'offre et la demande, l'élasticité de la demande et de l'offre, la théorie de l'entreprise, les formes de concurrence, les externalités environnementales ainsi que les politiques gouvernementales. Les étudiants apprendront à utiliser les données économiques pour prendre des décisions de gestionnaires et de développer une appréciation des rôles des gestionnaires au sein du système économique.

Volet : Cours magistral

Concomitant : MBA 5658. MBA 5658 et MBA 5659, ensemble, sont équivalents à MBA 5755.

MBA 5660 L'univers du directeur général et le management stratégique (1.5 crédit)

Le but du cours est d'introduire les étudiants au monde de la haute direction. Il vise l'identification des défis auxquels fait face le directeur général, ainsi que la présentation des modèles et grilles d'analyse de base, quand vient le moment de choisir une orientation stratégique, de rechercher des avantages concurrentiels, d'allouer les ressources, d'intégrer les opérations et les projets, de se donner les moyens pour la mise en oeuvre des stratégies arrêtées et de gérer le changement.

Volet : Cours magistral

MBA 5665 Gestion de la performance (1.5 crédit)

Il sera question de l'apprentissage de la veille économique et de la gestion de la performance au niveau opérationnel en entreprise. On verra les concepts tels que le tableau de bord équilibré et la gestion de la qualité, ainsi que l'emploi de la veille économique pour explorer des défaillances de la performance.

Volet : Cours magistral

MBA 5670 Gestion de l'information et des connaissances (1.5 crédit)

Rôle de l'information dans les organisations. Aperçu des systèmes pour acquérir, traiter et diffuser l'information aux gestionnaires. Liens entre la gestion de l'information et des connaissances. Processus de création et d'application des connaissances au sein des organisations et entre celles-ci.

Volet : Cours magistral

MBA 5680 Gestion des opérations et de la chaîne d'approvisionnement (1.5 crédit)

Introduction à la composition des chaînes d'approvisionnement et aux éléments qui jouent un rôle crucial dans leur compétitivité. Plus précisément, comment des chaînes d'approvisionnement efficaces, réactives et agiles sont conçues et gérées en termes d'opérations internes des organisations concernées, de leurs capacités d'approvisionnement, de logistique, de gestion de la demande des clients, ainsi que de leur approche intégrée de la stratégie de la chaîne d'approvisionnement et de la gestion de leur performance. Des sujets connexes émergents tels que les chaînes d'approvisionnement allégées et les risques et la résilience des chaînes d'approvisionnement seront également abordés.

Volet : Cours magistral

MBA 5700 Analyse de données en gestion (3 crédits)

L'analyse des données comme support dans le processus de prise de décisions, dans l'évaluation de l'information véhiculée quotidiennement à travers les rapports d'organismes, les articles de presse, etc., et pour faire face aux changements. Interprétation des concepts et techniques de base utilisés en analyse des données. Développement de la compréhension de ce que l'on peut tirer d'une analyse statistique, ainsi que des limitations de cette même analyse. Interprétation correcte des résultats en particulier en contexte de globalisation ou de gestion des entreprises de haute technologie. Initiation au rôle de la statistique dans la conduite des affaires. Résumé et présentation des données complexes. Traitement d'ensembles de données réalistes à l'aide de l'ordinateur et de maîtrise d'un logiciel statistique d'usage courant. Interprétation des concepts et techniques de base utilisées dans l'analyse des données. Tirer des conclusions à partir d'échantillons et reconnaître et exploiter les relations entre deux variables. MBA 5500 et MBA 5501 constituent une équivalence à MBA 5700.

Volet : Cours magistral

MBA 5720 Marketing (3 crédits)

Principes de la prise de décision managériale axée sur le marché : analyse des consommateurs, des concurrents et de l'entreprise, segmentation du marché, définition des marchés cibles et positionnement des produits. Gestion de la fonction marketing : décisions relatives aux produits et aux prix, canaux de distribution, communications marketing. Le marketing en tant que créateur de valeur pour le client et de bénéfices pour l'organisation et ses parties prenantes.

Volet : Cours magistral

MBA 5730 Gestion des talents au sein des organisations (3 crédits)

L'avantage stratégique de concevoir des organisations et des systèmes de gestion des talents efficaces pour atteindre les objectifs organisationnels. Parmi les sujets abordés : la performance au travail, l'engagement organisationnel, les lieux de travail propices à l'épanouissement, la motivation et la dynamique d'équipe. Les processus de gestion des talents pour acquérir, développer et promouvoir l'engagement des employés. Équité, diversité et inclusion. Culture organisationnelle, pouvoir et politique, et sujets d'actualité liés à la gestion des talents.

Volet : Cours magistral

MBA 5740 Information comptable et décision (3 crédits)

Utilisation de l'information comptable dans la prise de décision par les utilisateurs internes. Le rôle de la comptabilité dans l'évaluation, le contrôle et la prise de décision des dirigeants d'entreprise. À l'aide de l'analyse des ratios, réalisation d'un diagnostic d'entreprise en termes de performance organisationnelle, de profit, de liquidité et de solvabilité. La relation entre les structures de coûts et le profit (seuil de profit, analyse coût-volume-bénéfice). Utilisation des coûts pertinents pour prendre des décisions axées sur la performance. Comprendre les budgets à des fins de planification. Différencier les différents types de budget. Analyse des écarts dans le contrôle budgétaire. Activités comptables. Traitement des coûts indirects dans le calcul des coûts (produits et services). Gestion des activités et des processus. Utilisation des inducteurs de coûts dans la stratégie de contrôle des coûts. Évaluation de la performance. Questions comptables liées au développement durable.

Volet : Cours magistral

MBA 5750 Gestion financière d'entreprise (3 crédits)

Rôle des marchés financiers. Introduction à la notion de rendement-risque. Calcul actuariel. Modèles d'évaluation des actions ordinaires et privilégiées, des obligations. Sources de financement des entreprises. Coût du capital, évaluation des décisions d'investissement et de financement, politique de dividende, produits dérivés, stratégies de création de richesse.

Volet : Cours magistral

Préalable : MBA 5740.

MBA 5755 Principes d'économie pour les gestionnaires d'entreprises internationales (3 crédits)

Introduction aux concepts, théories, données et autres idées liées à la microéconomie et à la macroéconomie. Les sujets abordés comprennent : l'offre et la demande, les élasticités de l'offre et de la demande, la théorie de l'entreprise, les formes de concurrence, les externalités environnementales et les politiques gouvernementales, les composantes de l'économie, le commerce international, le travail et le chômage, la monnaie et le système financier, les cycles économiques, l'investissement et l'innovation. Les étudiants utiliseront les données économiques pour prendre des décisions managériales et se familiariseront avec le rôle des gestionnaires dans l'économie mondiale.

Volet : Cours magistral

MBA 5760 Formulation et déploiement de la stratégie (3 crédits)

Le but du cours est de développer chez les étudiants des aptitudes et des compétences pour piloter un processus d'analyse menant à la formulation de stratégies et à leur mise en oeuvre. Il vise aussi à décrire le fonctionnement de la chaîne de valeur de l'entreprise en vue d'y identifier les sources potentielles de création d'avantages concurrentiels. Ce cours sera également l'occasion pour intégrer dans la perspective globale de la gestion stratégique les diverses connaissances fonctionnelles.

Volet : Cours magistral

Concomitants : MBA 5660, MBA 5720, MBA 5730, MBA 5740, MBA 5750. MBA 5561 et MBA 5562 constituent une équivalence à MBA 5760.

MBA 5790 Capstone MBA (3 crédits)

Intégration des connaissances de base par le biais d'une simulation en équipe. Application d'une variété d'approches analytiques pour développer et mettre en oeuvre la stratégie d'une grande organisation mondiale dans un environnement complexe. Dans des conditions changeantes, réagir aux différents mouvements de la concurrence et à l'évolution des exigences des clients dans des délais serrés.

Volet : Séminaire

MBA 6090 Commerce mondial : études de cas internationaux / Global Business: International Case Studies (3 crédits / 3 units)

Ce voyage d'études se concentre sur des sujets liés aux pôles stratégiques l'expertise de l'École de gestion Telfer. Les pays que nous visitons peuvent varier d'une année à l'autre selon les événements mondiaux et les partenariats que nous créons avec des partenaires internationaux. / This study tour focuses on topics related to the Telfer school of Management's Strategic Areas of Excellence. The countries we visit might vary from year to year according to global events and to the partnerships that we create with international partners.

Volet / Course Component: Recherche / Research

MBA 6101 Financial Modelling (3 units)

Applications in MS Excel in corporate finance and investments. Problem-solving using spreadsheets and functions; time value of money, NPV analysis, valuation, cost of capital, corporate financial planning, risk and return, CAPM, optimization, option pricing.

Course Component: Lecture

MBA 6120 Marketing in the 21st Century (1.5 unit)

Marketing's place in society and in business. Overview of the marketing function: creating value for consumers, the organization and society, all within the global economic context, centered on technology and sustainable development. Measurement and performance factors in marketing. Types of competition in the marketplace and their impact on the organization's marketing strategy. Consumer and corporate buying behavior, market analysis and demand. Market segmentation and positioning. Relationship between marketing management and organizational strategy.

Course Component: Lecture

Permission of the Department is required.

MBA 6138 Management Skills II (1.5 unit)

Understanding and development of the management skills required to manage people and processes in an organizational setting. Conflict resolution, negotiation, problem-solving, team development and applied emotional intelligence.

Course Component: Lecture

Prerequisite: MBA 5235 or permission of the MBA program director.

MBA 6142 Managerial Accounting II (1.5 unit)

This course allows students to discover specific topics in managerial accounting. It focuses on the management of activities and processes, evaluation and performance and accounting issues related to sustainable development.

Course Component: Lecture

Prerequisite : MBA 5241.

MBA 6155 Financial Risk Management (1.5 unit)

Role of financial markets. Understanding the relationship between return and risk of financial securities. Introduction to diversification of financial risk and portfolio management techniques. Use of derivatives in the coverage of financial risk.

Course Component: Lecture

Prerequisite: MBA 5350.

MBA 6156 Lean Six Sigma Yellow Belt (1.5 unit)

Develop core skills in the application of Lean Six Sigma, especially within the context of service organizations. Core concepts will include process analysis, value stream mapping, prioritization matrix, DMAIC. Upon the completion of this course, the student will have met all requirements leading to the Yellow Belt certification of Lean Sigma Six (LSS).

Course Component: Lecture

MBA 6165 International Exchange Courses I (3 units)

Courses offered through the intensive Summer International Exchange Program in Reims, France. Focus on issues in international management. The specific topic of each of these courses changes from year to year. Students must complete a research project defined by the program prior to departure to obtain the units: see section "6000-Level Course Requirements for Part-Time Students in the Exchange Program" for details.

Course Component: Lecture

MBA 6166 International Exchange Courses II (3 units)

Courses offered through the intensive Summer International Exchange Program in Reims, France. Focus on issues in international management. The specific topic of each of these courses changes from year to year. Students must complete a research project defined by the program prior to departure to obtain the units: see section "6000-Level Course Requirements for Part-Time Students in the Exchange Program" for details.

Course Component: Lecture

MBA 6167 International Exchange Courses III (3 units)

Courses offered through the intensive Summer International Exchange Program in Reims, France. Focus on issues in international management. The specific topic of each of these courses changes from year to year. Students must complete a research project defined by the program prior to departure to obtain the units: see section "6000-Level Course Requirements for Part-Time Students in the Exchange Program" for details.

Course Component: Lecture

MBA 6168 International Exchange Courses IV (3 units)

Courses offered through the intensive Summer International Exchange Program in Reims, France. Focus on issues in international management. The specific topic of each of these courses changes from year to year. Students must complete a research project defined by the program prior to departure to obtain the units: see section "6000-Level Course Requirements for Part-Time Students in the Exchange Program" for details.

Course Component: Lecture

MBA 6195 Business Case Competitions (1.5 unit)

This course develops the strategic perspective and contributes to the understanding and integration of business activities by introducing new analytical tools and enabling the development of presentation / communication skills through a case study approach. The case study topics combine the various business issues of small and large enterprises (e.g. strategic direction, growth, human resources, financial issues, international business, entrepreneurship).

Course Component: Seminar

MBA 6198 MBA Consulting Project I (1.5 unit)

Preparation for the Consulting project. General and substantive analysis of the organization and its competitive environment using such tools as a PESTLE, the Porter's five forces and SWOT; participation in co-development sessions. Courses MBA 6499, MBA 6198 cannot be combined for units.

Course Component: Lecture

Exclusion: MBA 6499

MBA 6199 MBA Consulting Project II (3 units)

Definition of the issue, diagnostic, analysis and proactive recommendations in the context of a company or organisation. Under the supervision of an MBA program professor, the project will address a problem related to performance management. The focus will be on implementation of the consulting project.

Course Component: Lecture

Prerequisite: MBA 6198. Together, MBA 6198 and MBA 6199 are equivalent to previous course MBA 6499.

MBA 6200 Competitive Intelligence (1.5 unit)

Definition of and core applications of competitive intelligence (CI). Key information sources for CI. Comparing primary and secondary sources. Analysis of data and applications to strategy, anticipation of external events and their likely impact on the organization. Profiling of competitors and likely competitive moves.

Course Component: Lecture

MBA 6201 Prescriptive Analytics (1.5 unit)

Prescriptive analytics techniques such as linear programming, decision analysis, simulation, queuing, integer programming and nonlinear programming. Throughout the course, these techniques will be applied to business problems.

Course Component: Lecture

MBA 6202 Digital Transformation for Sustainable Management (1.5 unit)

Explore the 4 areas of digital transformation in organizations. Determine the most important transformation efforts that will deliver value. Understand the impact on processes, systems, and culture of launching transformation efforts. Understand the change management processes involved.

Course Component: Lecture

MBA 6203 Blockchain for the Enterprise (1.5 unit)

Blockchain technology and business primer. Role of smart contracts and their practical applications. Blockchain business requirements, applications, use-cases, and technology architecture. Strategic enterprise blockchain frameworks. Basics of tokenomics, cryptocurrency, and utility tokens. Crowdfunding through Initial Coin Offerings (ICOs), regulatory constraints and industry trends. Blockchain performance and scalability. Public vs Private vs Hybrid blockchain models.

Course Component: Lecture

MBA 6210 Business Government Relations (1.5 unit)

Introduction to government and society in Canada. Public sector dynamics: understanding accountability and public management systems and understanding regulatory and policy systems. Public affairs and lobbying: business representation and intervention techniques. The government as client: technology and private-public partnerships. Future scenarios on business. Government relations: independence versus interdependence.

Course Component: Lecture

MBA 6220 Sales Development Strategies for Products & Services (1.5 unit)

An exploration of the sales relationship through personal selling, customer, and 'product' strategies, applying to both tangible products and knowledge-based services. Developing new business from referrals; Sales force and distribution channel structures; Organizational & career landscape of the professional sales manager and key role-related functions. Sales force analytics. Student teams apply course learnings by engaging with actual clients on a sales development project.

Course Component: Lecture

MBA 6226 New Product Development (1.5 unit)

How to develop new products for high-tech applications in an environment of global competition and shrinking cycle times. Topics include creating the climate, generating ideas, screening ideas, product portfolio selection, team building, managing the formal gating process, testing, killing. New product launch. Product migration strategies.

Course Component: Lecture

Prerequisite: MBA 6225.

MBA 6232 International Human Resource Management (1.5 unit)

Introduction to international HR strategy: examining strategic business objectives to identify human resource staffing needs. Global staffing: identifying qualified candidates for international assignments. Cross-cultural training: preparing those candidates for the overseas experience. Appraisal of international employees: appraising the performance of international employees at a distance. Development of the careers of international employees: managing relocation issues surrounding the movement of dual career couples and repatriating international employees in a manner that maximizes the internationally-acquired competencies and minimizes post-return turnover. Procedural justice and other international labour relations issues for the international workforce (includes compensating the international assignee and managing pay-equity issues among an international workforce, as well as attending to other ethical issues such as child labour).

Course Component: Lecture

MBA 6240 Strategic Sustainable Development (1.5 unit)

Introductory seminar on frameworks for Strategic Sustainable Development, applicable to today's business environment. Concepts covered: Gap analysis tools through a sustainability lens, strategy tools for sustainable futures, system conditions, back casting, sustainability planning, strategic prioritization within complex systems, sustainability as strategy, energy transformation, circular economy, and mobilizing capital.

Course Component: Seminar

MBA 6241 Governing Sustainable Business (1.5 unit)

Introduction to the multiple levels and mechanisms that govern firms' environmental consequences. This includes initiatives at the firm and/or industry/sector level, cross-sector partnerships, multi-stakeholder standards setting and certification processes, through to national, transnational and global legislation, rules and agreements. Exploration of the role of governments as facilitator of sustainability transitions through to enforcement. Varieties of capitalism is used as the theoretical lens through which to understand this topic.

Course Component: Lecture

MBA 6242 Global and Local Economics of Sustainability (1.5 unit)

An examination of the balance between the economic opportunities of international business and the environmental costs of global production and distribution, with a focus on industries and regions that are most challenged by the imperative to transition to environmentally sustainability. This includes energy production and distribution, transportation, resource extraction and exploitation including agriculture, and energy-intensive production for materials such as concrete and metals. Impacts on low-income and resource-dependent countries are also examined.

Course Component: Lecture

MBA 6243 Crisis Management, Organizational Continuity and Resilience (1.5 unit)

An exploration of how and why public, private, and non-profit organizations prepare for, and respond to a broad range of crisis situations with a particular focus on today's global societal challenges. Topics include: responding to crisis; leveraging skills in communication or incident command; understanding complex political, regulatory, social and economic crisis factors; managing conflicting concerns and risks; developing better crisis leadership.

Course Component: Seminar

MBA 6244 Integrity, Compliance and Risk Management (1.5 unit)

Implement and improve a robust corporate compliance and ethics program. Corporate compliance and enterprise risk management as the foundations of business ethics in an organization. It serves as policy and procedures management in defining, communicating, training, and attesting to corporate governance and ethics policies and procedures for an organization.

Course Component: Lecture

MBA 6245 Sustainable Finance (1.5 unit)

Introduction to environmental, social, and governance (ESG) investing, sustainable lending and green bonds, corporate social responsibility, climate finance, greenhouse emissions, and their societal impact. The course uses readings, regulations and case studies from both academia and practice.

Course Component: Lecture

MBA 6250 International Corporate Financial Policy (1.5 unit)

Managing foreign exchange risk by corporate treasurers. Financial management of multinational firms. Determination of a corporation's transaction and operating exposures. Use of foreign exchange derivatives, such as currency futures, options, and swaps to hedge foreign exchange risk. International portfolio and direct investments. International capital structure and cost of capital of multinational firms. Capital budgeting techniques used for foreign operations.

Course Component: Lecture

Prerequisite: MBA 5350.

MBA 6251 Corporate Finance (1.5 unit)

Corporate investment strategies. Capital budgeting under uncertainty. Financing decisions and the cost of capital. Agency theory. Dividend policy. Applications of derivatives to corporate risk management. Credit management, and short-term financial decisions.

Course Component: Lecture

MBA 6252 Portfolio Management (1.5 unit)

Introduction to the modern portfolio theory, the capital asset pricing model, the arbitrage pricing theory, portfolio selection, efficient markets, active portfolio management and performance measurement.

Course Component: Lecture

MBA 6253 Ethics in Finance (1.5 unit)

Introduction to the ethical issues confronting financial professionals as well as the ethical standards, practices, and codes of conduct involved in the finance function. The ethical roles of the financial manager and other stakeholders in the investment industry. The effect of financial crises and scandals on investors' confidence.

Course Component: Lecture

MBA 6254 Sustainable Finance (1.5 unit)

Introduction to environmental, social, and governance (ESG) investing, sustainable lending and green bonds, corporate social responsibility, climate finance, greenhouse emissions, and their societal impact. The course uses readings, regulations and case studies from both academia and practice.

Course Component: Lecture

MBA 6255 Mergers and Acquisitions (1.5 unit)

Introduction into the various facets of the Mergers & Acquisitions (M&A) market including hostile and friendly takeovers, private and public companies. Financial and strategic motivations of M&A, valuation of the targeted companies, deal structuring and financing. Different stages of the M&A process: due diligence, negotiation, legal and regulatory issues.

Course Component: Lecture

MBA 6256 Equity Valuation (1.5 unit)

Overview of valuation. Discount rate selection. Complexities of applying finance theory. Valuation and growth. Relative valuation. The course uses lectures, readings, and analyses of case studies to deal with realistic examples of businesses where valuation is an issue.

Course Component: Lecture

MBA 6257 International Finance (1.5 unit)

International financial environment. Foreign exchange markets. Exchange rate determination. International money and capital market. Foreign investment and financing decisions. Managing multinational operations and their exposure to currency and interest rate risks.

Course Component: Lecture

MBA 6258 Introduction to FinTech (1.5 unit)

Introduction to the concepts of Blockchains and cryptocurrencies, crowdfunding, digital Transformation in the financial services. Introduction to the applications of econometric software in solving corporate finance and investments problems.

Course Component: Lecture

MBA 6259 Alternative Investments (1.5 unit)

Introduction to non-traditional alternative investments such as mutual funds, hedge funds, real estate, commodities, and income trusts. Basic concepts of risk management, including risk identification and analysis, likelihood of risks, types of risks affecting property, income, responsibility, and decision-making in risk management.

Course Component: Lecture

MBA 6260 Options and Futures (1.5 unit)

Arbitrage portfolios for asset valuation. Risk neutral valuation. Option pricing models. Convertible securities and warrants. Forward contracts and futures. Option strategies, and use of derivative securities in portfolio management.

Course Component: Lecture

MBA 6262 Entrepreneurial Thinking in Practice (1.5 unit)

Provides students with an opportunity to learn about, and experience first-hand, the entrepreneurial thinking process in an applied team project. Students will work towards conceiving, validating and creating a viable business model for a new venture, project or initiative. Equally applicable to traditional for-profit ventures, social enterprises, not-for-profit organizations or internal initiatives.

Course Component: Lecture

MBA 6265 Managing the Professional Services Firm – Introduction (1.5 unit)

Defining the services business model. Understanding how the consulting process enables client relationship management. Models of service quality and client satisfaction. Ethics in consulting for responsible management. Approaches to developing trust and client loyalty. Managing client projects. Best practices in the professional services industry.

Course Component: Lecture

MBA 6266 Principles of Negotiation (1.5 unit)

Nature of negotiation. Distributive and integrative bargaining. Ethical issues. Planning and preparation. Intercultural differences. Bargaining style and personality. The Role of power, strategy and tactics. Coalition behavior. Communication, persuasion, conflict Resolution. Multi-party Negotiation.

Course Component: Lecture

MBA 6267 Multinational Corporations and Strategies (1.5 unit)

Study of the different types of strategies being used by multinational corporations, including global, transnational, etc. Organizational and management leadership and coordination issues that arise from instituting these various strategies. Implementation is a constant focus throughout this module.

Course Component: Lecture

MBA 6269 Management Consulting (1.5 unit)

Introduction to management consulting: the five-phase consulting process, and the various business models associated with managing a consulting practice. Case study format: students work in teams on a comprehensive case receiving feedback on their presentations from the course instructor and from practicing consultants invited as external presenters. The course draws heavily on analytical skills learned in other MBA courses, and prepares students to undertake the MBA Consulting Project.

Course Component: Lecture

MBA 6271 Cyber Security Systems and Strategies (1.5 unit)

User, data, and network security principles. Information systems security standards. Security risk analysis frameworks. Overview of cyber security mechanisms including authentication, access control, data encryption and integrity, and Public Key Infrastructure. Cyber security including security in the wireless, cloud and IoT environments. Payment card industry security standards and compliance.

Course Component: Lecture

MBA 6280 Performance and Operations Management (1.5 unit)

Frameworks and models for improving operations management, defining and testing core business processes, and designing performance improvement strategies. Corporate performance management methodologies, analytic concepts, and use of business intelligence.

Course Component: Lecture

Prerequisite: MBA 5280

MBA 6281 Sustainable Supply Chain Management (1.5 unit)

Supply chains are networks of organizations that are involved, directly or indirectly, in fulfilling customer requests (i.e. providing them with the products and services they require). This course will provide an understanding of the nature of global supply chains and the role that sustainability plays in their competitiveness. Specifically, we will examine how the environmental and social sustainability perspectives can be incorporated into the design and management of major supply chain elements, i.e. sourcing, operations, logistics, and integration. Emerging related topics such as circular economy, bottom of the pyramid, and supply chain resilience will also be discussed.

Course Component: Lecture

MBA 6283 Design Thinking (1.5 unit)

Introduction to Design thinking. Topics include: Design thinking for driving business innovation, new product development, and customer experience. Best practices for design inspiration, ideation and implementation, essential design research skills for empathy, listening, collaboration, observation, critical analysis, and experimentation. Design thinking tools and techniques including visualization, mapping, storytelling, rapid prototyping, and testing.

Course Component: Lecture

MBA 6284 Social Entrepreneurship (1.5 unit)

Identifying, starting and growing successful mission-driven enterprises. Exploring different ways in which organizations can advance social change through innovative solutions. Tools for developing and evaluating new ventures. Includes student projects: crafting a business or project idea with social impact; building and validating a social business model; constructing a feasibility plan and measuring impact (e.g., social, environmental and financial).

Course Component: Lecture

MBA 6291 Directed Readings in Management I (1.5 unit)

Advanced study in an area of management. Students may propose topics and, if approved, investigate the area under the guidance of a professor. A major paper is expected from the student. Enrolment is subject to approval by the administration of the MBA program. Normally, students must show evidence of superior performance - minimum CGPA of 7.0/ B+ or equivalent - in their previous studies. Students on probation are ineligible.

Course Component: Research

Permission of the Department is required.

MBA 6292 Directed Readings in Management II (1.5 unit)

Advanced study in an area of management. Students may propose topics and, if approved, investigate the area under the guidance of a professor. A major paper is expected from the student. Enrolment is subject to approval by the administration of the MBA program. Normally, students must show evidence of superior performance - minimum CGPA of 7.0/ B+ or equivalent - in their previous studies. Students on probation are ineligible.

Course Component: Research

Permission of the Department is required.

MBA 6293 Directed Readings in Management III (1.5 unit)

Advanced study in an area of management. Students may propose topics and, if approved, investigate the area under the guidance of a professor.

A major paper is expected from the student. Enrolment is subject to approval by the administration of the MBA program. Normally, students must show evidence of superior performance - minimum CGPA of 7.0/ B+ or equivalent - in their previous studies. Students on probation are ineligible.

Course Component: Research

Permission of the Department is required.

MBA 6294 Directed Readings in Management IV (1.5 unit)

Course Component: Research

Permission of the Department is required.

MBA 6295 Seminar in Management I (1.5 unit)

The seminars focus on current issues and topics in management. The focus of these seminars may change from year to year.

Course Component: Seminar

MBA 6296 Seminar in Management II (1.5 unit)

The seminars focus on current issues and topics in management. The focus of these seminars may change from year to year.

Course Component: Seminar

MBA 6297 Mobilizing Seminar in Management I (1.5 unit)

The seminars focus on current issues and topics in management. The focus of these seminars may change from year to year.

Course Component: Seminar

MBA 6298 Mobilizing Seminar in Management II (1.5 unit)

The seminars focus on current issues and topics in management. The focus of these seminars may change from year to year.

Course Component: Seminar

MBA 6299 Emerging Topics in Digital Transformation and Analytics (1.5 unit)

The seminars focus on current issues and topics in Digital Transformation. The focus of these seminars may change from year to year.

Course Component: Seminar

MBA 6300 Applied Data Science for Managers (3 units)

Introduction to R programming language as the single most important tool for computational statistics, visualization, and data science. The tools and features needed throughout the entire data science pipeline, from the basics to more advanced techniques. Topics include: version control systems, basics of R programming, data cleaning and data management, exploratory data analysis and visualization.

Course Component: Lecture

MBA 6351 Financing New Ventures (3 units)

Overview of the scope of early stage of financing (suppliers, angels, crowdfunding, banks, owners' resources, etc.) using lectures, case studies, guest lectures and panels. The second portion of the course involves student teams tackling live cases examples.

Course Component: Seminar

Corequisite: MBA 6262

MBA 6361 Project Management (3 units)

Introduction to project management. Project life cycle management overview (initiation, planning, execution, monitoring and control, and closure). Basic project management concepts, approaches, methods, tools and techniques. Topics covered include: identifying project needs and objectives; aligning projects with organizational strategy; managing stakeholder expectations; writing the project charter and the project plan; delivering projects; monitoring and control; understanding and measuring project success, delivering long-term and sustainable impacts.

Course Component: Seminar

MBA 6362 Project Management (3 units)

Introduction to project management. Project life cycle management overview (initiation, planning, execution, monitoring and control, and closure). Basic project management concepts, approaches, methods, tools and techniques. Topics covered include: identifying project needs and objectives; aligning projects with organizational strategy; managing stakeholder expectations; writing the project charter and the project plan; delivering projects; monitoring and control; understanding and measuring project success, delivering long-term and sustainable impacts.

Course Component: Seminar

MBA 6396 Integrative Cases and Team Management (3 units)

In a team-taught, multi-disciplinary setting, the course integrates management concepts, principles and tools seen in program courses to date. Using the case study approach as well as team presentations, students understand the multifunctional links required to arrive at a sound managerial decision. The inherent characteristics of effective teams and the creative power of high performance teams are integrated via constructive feedback, conflict resolution and the team's self-assessment.

Course Component: Lecture

Prerequisite: MBA 5235.

MBA 6397 Integrative Cases and Strategy Simulation (3 units)

Integrates content from the previous courses in strategy by exposing students to its formulation and implementation cycle in a simulated competitive environment. Integrates knowledge in marketing, finance, production and operations management, and human resources management, by means of a learning tool calling on multidisciplinary knowledge.

Course Component: Lecture

Permission of the Department is required.

MBA 6499 Management Consulting Project (3 units)

Problem definition, diagnosis, analysis, and recommendations for solution/action within a selected business organization. Normally to be completed in groups of four or five students. Supervision by MBA program faculty. Regular progress reports submitted by e-mail or Internet, or in person. Evaluation by MBA program faculty. The project proposal must be accepted by a review committee composed of the supervisor, the MBA program director, and a representative of the business organization.

Course Component: Research

MBA 6501 Modélisation financière (3 crédits)

Utilisation de MS Excel pour la finance d'entreprise et les investissements. Utilisation des fonctions et des capacités de résolution de problèmes; la valeur dans le temps de l'argent, l'analyse de la VAN, évaluation, coût du capital, planification de la finance d'entreprise, risque et rendement, MEDAF, optimisation, fixation des prix en fonction de la valeur d'option.

Volet : Cours magistral

MBA 6520 Marketing au 21^e siècle (1.5 crédit)

Place du marketing dans la société et les entreprises. Vue d'ensemble de la fonction de marketing : la création de valeur pour les consommateurs, l'entreprise et la société, le tout dans un contexte d'économie mondialisée axée sur la technologie et le développement durable. Mesure et facteurs de performance en marketing. Formes de concurrence dans un marché et leur impact sur la stratégie marketing de l'entreprise. Comportements d'achat des consommateurs et des organisations. Analyse des marchés et demande. Segmentation des marchés et positionnement. Relations entre la gestion marketing et la stratégie de l'organisation.

Volet : Cours magistral

Permission du Département est requise.

MBA 6538 Habiletés de gestion II (1.5 crédit)

Compréhension et développement des habiletés nécessaires à la gestion des individus et des processus en contexte organisationnel. Résolution des conflits et des problèmes, négociation, développement des équipes, et application de l'intelligence émotionnelle.

Volet : Cours magistral

Préalable : MBA 5635 ou permission du directeur du programme de MBA.

MBA 6542 Comptabilité et stratégie II (1.5 crédit)

Ce cours permet aux étudiants d'aborder des sujets particuliers en comptabilité de management. Il aborde la gestion des activités et des processus, l'évaluation de la performance et les enjeux comptables liés au développement durable.

Volet : Cours magistral

Préalable : MBA 5241

MBA 6555 Gestion du risque financier (1.5 crédit)

Rôle des marchés financiers. Comprendre la relation entre le rendement et le risque des titres financiers. Introduction aux techniques de base de diversification du risque financier et de gestion de portefeuille. Utilisation des produits dérivés pour la couverture contre le risque financier.

Volet : Cours magistral

Préalable : MBA 5750

MBA 6556 Gestion de la performance : Modélisation des processus de gestion (1.5 crédit)

Développer les compétences de base des pratiques de « Lean Six Sigma » avec une attention particulière portée aux organisations prestataires de services. Les concepts centraux explorés seront les analyses de processus, la cartographie des chaînes de valeur, la matrice de priorisation, et la méthode DMAIC. À l'issue de ce cours, l'étudiant aura répondu aux exigences menant à l'obtention de la certification Ceinture jaune de Lean Six Sigma (LSS).

Volet : Cours magistral

MBA 6565 Cours du programme d'échange international I (3 crédits)

Cours offerts dans le cadre du programme intensif d'échange international d'été à Reims, en France. L'accent est mis sur les questions de gestion internationale. Les sujets particuliers de chacun de ces cours changent d'une année à l'autre. Les étudiants doivent terminer un projet de recherche dont le sujet est déterminé par le programme avant leur départ pour obtenir les crédits : consulté la section « Exigences relatives aux cours optionnels (niveau 6000) pour les étudiants à temps partiel qui participent au programme d'échange » pour obtenir davantage de renseignements.

Volet : Cours magistral

MBA 6566 Cours du programme d'échange international II (3 crédits)

Cours offerts dans le cadre du programme intensif d'échange international d'été à Reims, en France. L'accent est mis sur les questions de gestion internationale. Les sujets particuliers de chacun de ces cours changent d'une année à l'autre. Les étudiants doivent terminer un projet de recherche dont le sujet est déterminé par le programme avant leur départ pour obtenir les crédits : consulté la section « Exigences relatives aux cours optionnels (niveau 6000) pour les étudiants à temps partiel qui participent au programme d'échange » pour obtenir davantage de renseignements.

Volet : Cours magistral

MBA 6567 Cours du programme d'échange international III (3 crédits)

Cours offerts dans le cadre du programme intensif d'échange international d'été à Reims, en France. L'accent est mis sur les questions de gestion internationale. Les sujets particuliers de chacun de ces cours changent d'une année à l'autre. Les étudiants doivent terminer un projet de recherche dont le sujet est déterminé par le programme avant leur départ pour obtenir les crédits : consulté la section « Exigences relatives aux cours optionnels (niveau 6000) pour les étudiants à temps partiel qui participent au programme d'échange » pour obtenir davantage de renseignements.

Volet : Cours magistral

MBA 6568 Cours du programme d'échange international IV (3 crédits)

Cours offerts dans le cadre du programme intensif d'échange international d'été à Reims, en France. L'accent est mis sur les questions de gestion internationale. Les sujets particuliers de chacun de ces cours changent d'une année à l'autre. Les étudiants doivent terminer un projet de recherche dont le sujet est déterminé par le programme avant leur départ pour obtenir les crédits : consulté la section « Exigences relatives aux cours optionnels (niveau 6000) pour les étudiants à temps partiel qui participent au programme d'échange » pour obtenir davantage de renseignements.

Volet : Cours magistral

MBA 6595 Concours d'études de cas en gestion (1.5 crédit)

A l'aide de la méthode de cas, ce cours vise à développer une perspective stratégique, à développer une compréhension des activités commerciales et leur intégration tout en faisant appel à de nouveaux outils d'analyse et en développant des habiletés de communication. Les sujets des études de cas abordent les différentes questions du monde des affaires ayant une incidence sur les petites et grandes entreprises (p. ex. orientation, croissance, ressources humaines, des questions financières, commerce international, l'entrepreneuriat).

Volet : Séminaire

MBA 6598 Projet MBA de consultation I (1.5 crédit)

Préparation au projet de consultation. Analyse générale substantielle de l'entreprise et de son environnement compétitif en utilisant des outils tel STEEPLED, les 5 forces de Porter ainsi qu'un SWOT; participation à des sessions de codéveloppement. Les cours MBA 6499, MBA 6598 ne peuvent être combinés pour l'obtention de crédits.

Volet : Recherche

Exclusion: MBA 6499

MBA 6599 Projet MBA de consultation II (3 crédits)

Définition du problème, diagnostic, analyse et recommandations proactives dans le contexte d'une entreprise ou d'un organisme. Sous la supervision d'un professeur du programme de MBA, le projet doit adresser une problématique liée à la gestion de la performance de l'organisation. Accent sur la mise en oeuvre du projet de consultation. Les cours MBA 6899, MBA 6599 ne peuvent être combinés pour l'obtention de crédits.

Volet : Recherche

Préalable : MBA 6598. Ensemble MBA 6598 et MBA 6599 sont équivalents à l'ancien cours MBA 6899.

MBA 6610 Relations entre les entreprises et le gouvernement (1.5 crédit)

Introduction à l'appareil gouvernemental et à la société au Canada. Forces dynamiques du secteur public : compréhension des systèmes de responsabilisation et de gestion publique et des systèmes de réglementation et d'établissement de politiques. Affaires publiques et lobbyisme: représentation des entreprises et techniques d'intervention. Le gouvernement comme client : technologie et partenariats entre les secteurs privé et public. Futurs scénarios d'affaires. Relations gouvernementales : indépendance ou interdépendance.

Volet : Cours magistral

MBA 6620 Développement des stratégies de vente des produits et services (1.5 crédit)

Une exploration de la relation de vente à travers la vente personnalisée, le client, et les stratégies de "produit", s'appliquant à la fois aux produits tangibles et aux services fondés sur le savoir. Développement des affaires à partir de références; composition de la force de vente et des canaux de distribution; positionnement organisationnel, développement de carrière du directeur des ventes et fonctions clés liées au rôle. Analyse de la force de vente. Les équipes d'étudiants appliquent les acquis du cours en s'engageant auprès d'une organisation-cliente dans un projet de développement des ventes.

Volet : Cours magistral

MBA 6643 Gestion de crise, continuité organisationnelle et résilience (1.5 crédit)

Une exploration de comment et pourquoi les organisations publiques, privées et à but non lucratif se préparent et répondent à un large éventail de situations de crise, avec un accent particulier sur les défis sociétaux mondiaux d'aujourd'hui. Les sujets abordés comprennent : la réponse aux crises ; l'exploitation des compétences en matière de communication ou de commandement des incidents ; la compréhension des facteurs de crise politiques, réglementaires, sociaux et économiques complexes ; la gestion des préoccupations et des risques conflictuels ; le développement d'un meilleur leadership en matière de crise.

Volet : Séminaire

MBA 6650 Politique de gestion financière internationale (1.5 crédit)

Gestion du risque de change par les trésoriers de société. Gestion financière des multinationales. Détermination des risques de transaction et d'exploitation d'une société. Utilisation des produits dérivés de change, tels que des contrats à terme de devises, des options et des échanges financiers pour couvrir le risque de change. Portefeuille international et investissements directs. Structure financière internationale et coût des investissements des multinationales. Méthodes de capitalisation utilisées pour les opérations à l'étranger.

Volet : Cours magistral

Préalable: MBA 5750

MBA 6651 Finance d'entreprise (1.5 crédit)

Stratégies d'investissement des entreprises. Budgétisation du capital en cas d'incertitude. Décisions de financement et coût du capital. Théorie de l'agence. Politique de dividendes. Applications des produits dérivés à la gestion du risque d'entreprise. Gestion du crédit et décisions financières à court terme.

Volet : Cours magistral

MBA 6652 Gestion de portefeuille (1.5 crédit)

Introduction à la théorie moderne du portefeuille, au modèle d'évaluation des actifs financiers, à la théorie de l'arbitrage, à la sélection de portefeuille, aux marchés efficaces, à la gestion active de portefeuille et à la mesure de la performance

Volet : Cours magistral

MBA 6653 Éthique en finance (1.5 crédit)

Introduction aux enjeux éthiques auxquels sont confrontés les professionnels de la finance, ainsi qu'aux normes éthiques, aux pratiques et aux codes de conduite impliqués dans la fonction financière. Les rôles éthiques du gestionnaire financier et d'autres parties prenantes dans l'industrie de l'investissement. L'effet des crises financières et des scandales sur la confiance des investisseurs.

Volet : Cours magistral

MBA 6654 Financement durable (1.5 crédit)

Introduction à l'investissement environnemental, social et de gouvernance (ESG), aux prêts durables et aux obligations vertes, à la responsabilité sociale des entreprises, à la finance climatique, aux émissions de gaz à effet de serre et à leur impact sociétal. Le cours utilise des lectures, des réglementations et des études de cas provenant à la fois du milieu académique et de la pratique

Volet : Cours magistral

MBA 6655 Fusions et acquisitions (1.5 crédit)

Introduction aux différentes facettes du marché des fusions et acquisitions (M&A), y compris les prises de contrôle hostiles et amicales, les entreprises privées et publiques. Motivations financières et stratégiques des M&A, évaluation des entreprises cibles, structuration et financement des transactions. Différentes étapes du processus de M&A : diligence raisonnable, négociation, questions juridiques et réglementaires.

Volet : Cours magistral

MBA 6656 Évaluation des actions (1.5 crédit)

Aperçu de l'évaluation. Sélection du taux d'actualisation. Complexités de l'application de la théorie financière. Évaluation et croissance. Évaluation relative. Le cours utilise des cours magistraux, des lectures et des analyses d'études de cas pour traiter des exemples concrets d'entreprises où l'évaluation pose problème.

Volet : Cours magistral

MBA 6657 Finance internationale (1.5 crédit)

Environnement financier international. Marchés des changes. Détermination des taux de change. Marché monétaire et des capitaux international. Décisions d'investissement et de financement à l'étranger. Gestion des opérations multinationales et de leur exposition aux risques de change et de taux d'intérêt.

Volet : Cours magistral

MBA 6658 Introduction à la FinTech (1.5 crédit)

Introduction aux concepts de la chaîne de bloc (blockchain) et des cryptomonnaies, du financement participatif, et de la transformation numérique dans les services financiers. Introduction aux applications des logiciels économétriques dans la résolution des problèmes de finance d'entreprise et d'investissements.

Volet : Cours magistral

MBA 6659 Investissements alternatifs (1.5 crédit)

Introduction aux investissements alternatifs non traditionnels tels que les fonds communs de placement, les fonds spéculatifs, l'immobilier, les matières premières et les fiducies de revenu. Concepts de base de la gestion des risques, y compris l'identification et l'analyse des risques, la probabilité des risques, les types de risques affectant les biens, le revenu, la responsabilité et la prise de décision en gestion des risques.

Volet : Cours magistral

MBA 6660 Options et contrats à terme (1.5 crédit)

Portefeuilles d'arbitrage pour l'évaluation des actifs. Évaluation neutre au risque. Modèles de tarification des options. Titres convertibles et bons de souscription. Contrats à terme et futures. Stratégies d'options et utilisation des titres dérivés dans la gestion de portefeuille.

Volet : Cours magistral

MBA 6662 Entrepreneurship (1.5 crédit)

Création, croissance, maintien et sortie d'une nouvelle entreprise dans un secteur industriel intensivement technologique. Questions importantes en matière de technologie (la portée et la nature des connaissances technologiques et de la protection de la propriété intellectuelle), de financement (capitaux d'amorçage, capital de risque et placement initial de titres) et de relations interentreprises (entreprises dérivées, alliances et alliances avec participation en capitaux et acquisitions). Le cours est axé sur la pratique et mise sur l'expertise locale pour accroître sa pertinence et son attrait.

Volet : Cours magistral

MBA 6665 Gestion de l'entreprise offrant des services professionnels - Introduction (1.5 crédit)

Définir le modèle d'affaires de l'entreprise offrant des services professionnels. Comprendre comment le processus de conseil soutient la gestion de la relation client. Modèles de qualité de service et de satisfaction du client. L'éthique du conseil pour un management responsable. Approches pour développer la confiance et la fidélité des clients. La gestion des projets des clients. Les meilleures pratiques dans le secteur des services professionnels.

Volet : Cours magistral

MBA 6666 Principes de négociation (1.5 crédit)

Nature de la négociation. Négociation distributive et intégrative. Questions éthiques. Planification et préparation. Différences interculturelles. Style de négociation et personnalité. Le rôle du pouvoir, de la stratégie et de la tactique. Le comportement des coalitions. Communication, persuasion, résolution des conflits. Négociation multipartite.

Volet : Cours magistral

MBA 6669 Consultation en gestion (1.5 crédit)

Introduction au conseil en management : le processus de conseil en cinq phases, et les différents modèles économiques associés à la gestion d'un cabinet de conseil. Format d'étude de cas : les étudiants travaillent en équipe sur un cas concret et reçoivent un retour sur leurs présentations de la part de l'instructeur du cours et de consultants en exercice invités en tant que présentateurs externes. Le cours fait largement appel aux compétences analytiques acquises dans les autres cours du MBA et prépare les étudiants à entreprendre le projet de conseil du MBA.

Volet : Cours magistral

MBA 6671 Modèles d'entreprises en affaires électroniques (1.5 crédit)

Besoins d'information - ERP, CRM, SCM. Enjeux de l'intégration : plateformes des TI, liens inter-organisations, intégration des applications d'entreprise (EAI). Gestion électronique de projet : processus étayant la migration vers les affaires électroniques. La conception des processus avec UML (Unified Modelling Language). Aspects stratégiques des affaires électroniques et formulation de plans. Entités et modèles organisationnels.

Volet : Cours magistral

MBA 6672 Systèmes et stratégies de cybersécurité (1.5 crédit)

Principes de sécurité des utilisateurs, des données et des réseaux. Normes de sécurité des systèmes d'information. Cadres d'analyse des risques de sécurité. Aperçu des mécanismes de cybersécurité, y compris l'authentification, le contrôle d'accès, le cryptage et l'intégrité des données, et l'infrastructure à clé publique. La cybersécurité, y compris la sécurité dans les environnements sans fil, cloud et IoT. Normes de sécurité de l'industrie des cartes de paiement et conformité.

Volet : Cours magistral

MBA 6680 La gestion de la performance et des opérations (1.5 crédit)

Cadres et modèles pour améliorer la gestion des opérations, pour définir et mettre à l'essai des processus d'affaires de base, et pour développer des stratégies d'amélioration de la performance. Méthodologies de gestion de la performance corporative, concepts analytiques et utilisation de l'intelligence des affaires.

Volet : Cours magistral

Préalable : MBA 5680

MBA 6691 Lectures dirigées en gestion I (1.5 crédit)

Étude approfondie dans un domaine des sciences administratives. Les étudiants proposent leur sujet d'études et, après acceptation de leur proposition, l'approfondissent sous la direction d'un professeur. Ils fourniront à la fin de ces modules un rapport écrit substantiel (l'inscription à ce module est sujette à l'approbation du programme du M.B.A.). Normalement, il faut avoir un rendement supérieur - MPC de 7,0 / B+ ou l'équivalent dans les études antérieures. Les étudiants en probation ne sont pas admissibles aux lectures dirigées.

Volet : Recherche

Permission du Département est requise.

MBA 6692 Lectures dirigées en gestion II (1.5 crédit)

Étude approfondie dans un domaine des sciences administratives. Les étudiants proposent leur sujet d'études et, après acceptation de leur proposition, l'approfondissent sous la direction d'un professeur. Ils fourniront à la fin de ces modules un rapport écrit substantiel (l'inscription à ce module est sujette à l'approbation du programme du M.B.A.). Normalement, il faut avoir un rendement supérieur - MPC de 7,0 / B+ ou l'équivalent dans les études antérieures. Les étudiants en probation ne sont pas admissibles aux lectures dirigées.

Volet : Recherche

Permission du Département est requise.

MBA 6693 Lectures dirigées en gestion III (1.5 crédit)

Étude approfondie dans un domaine des sciences administratives. Les étudiants proposent leur sujet d'études et, après acceptation de leur proposition, l'approfondissent sous la direction d'un professeur. Ils fourniront à la fin de ces modules un rapport écrit substantiel (l'inscription à ce module est sujette à l'approbation du programme du M.B.A.). Normalement, il faut avoir un rendement supérieur - MPC de 7,0 / B+ ou l'équivalent dans les études antérieures. Les étudiants en probation ne sont pas admissibles aux lectures dirigées.

Volet : Recherche

Permission du Département est requise.

MBA 6694 Lectures dirigées en gestion IV (1.5 crédit)

Étude approfondie dans un domaine des sciences administratives. Les étudiants proposent leur sujet d'études et, après acceptation de leur proposition, l'approfondissent sous la direction d'un professeur. Ils fourniront à la fin de ces modules un rapport écrit substantiel (l'inscription à ce module est sujette à l'approbation du programme du M.B.A.). Normalement, il faut avoir un rendement supérieur - MPC de 7,0 / B+ ou l'équivalent dans les études antérieures. Les étudiants en probation ne sont pas admissibles aux lectures dirigées.

Volet : Recherche

Permission du Département est requise.

MBA 6695 Séminaire en gestion I (1.5 crédit)

Ces séminaires mettront l'accent sur des sujets d'actualité en gestion; les sujets traités dans ces séminaires peuvent changer d'une année à l'autre.

Volet : Séminaire

Permission du Département est requise.

MBA 6696 Séminaire en gestion II (1.5 crédit)

Ces séminaires mettront l'accent sur des sujets d'actualité en gestion; les sujets traités dans ces séminaires peuvent changer d'une année à l'autre.

Volet : Séminaire

Permission du Département est requise.

MBA 6697 Séminaire mobilisateur en gestion I (1.5 crédit)

Ces séminaires mettront l'accent sur des sujets d'actualité en gestion; les sujets traités dans ces séminaires peuvent changer d'une année à l'autre.

Volet : Séminaire

MBA 6698 Séminaire mobilisateur en gestion II (1.5 crédit)

Ces séminaires mettront l'accent sur des sujets d'actualité en gestion; les sujets traités dans ces séminaires peuvent changer d'une année à l'autre.

Volet : Séminaire

MBA 6751 Financement de nouvelles entreprises (3 crédits)

Aperçu de la portée des premiers stades de financement (fournisseurs, investisseurs providentiels, campagnes de financement (crowdfunding), banques, ressources des propriétaires, etc.) par le biais d'exposés, des études de cas, des conférenciers invités et des panels de discussion. La deuxième partie du cours impliquera des équipes étudiantes abordant des exemples concrets.

Volet : Séminaire

Concomitant : MBA 6662

MBA 6761 Gestion de projet (3 crédits)

Introduction à la gestion de projet. Aperçu de la gestion du cycle de vie des projets (initiation, planification, exécution, suivi et contrôle, et clôture). Concepts, approches, méthodes, outils et techniques de base de la gestion de projet. Les sujets abordés comprennent : l'identification des besoins et des objectifs du projet ; l'alignement des projets sur la stratégie de l'organisation ; la gestion des attentes des parties prenantes ; la rédaction de la charte et du plan du projet ; la réalisation des projets ; le suivi et le contrôle ; la compréhension et la mesure du succès du projet, la production d'impacts à long terme et durables

Volet : Séminaire

MBA 6762 Gestion de projet (3 crédits)

Introduction à la gestion de projet. Aperçu de la gestion du cycle de vie des projets (initiation, planification, exécution, suivi et contrôle, et clôture). Concepts, approches, méthodes, outils et techniques de base de la gestion de projet. Les sujets abordés comprennent : l'identification des besoins et des objectifs du projet ; l'alignement des projets sur la stratégie de l'organisation ; la gestion des attentes des parties prenantes ; la rédaction de la charte et du plan du projet ; la réalisation des projets ; le suivi et le contrôle ; la compréhension et la mesure du succès du projet, la production d'impacts à long terme et durables

Volet : Séminaire

MBA 6796 Cas fédérateurs et gestion d'équipe (3 crédits)

Animés par une équipe de professeurs, ce cours, à caractère multidisciplinaire, vise à intégrer les divers concepts, principes et outils de gestion vus dans les cours des sessions précédentes. Par l'entremise d'analyse de cas et de présentations en équipe, les étudiants sont amenés à réaliser les liens multifonctionnels nécessaires à une prise de décision intelligente en gestion. La rétroaction constructive, la gestion des conflits, l'auto diagnostic de l'équipe permettent d'intégrer les principes des équipes efficaces et de réaliser le pouvoir créatif d'une équipe de haute performance.

Volet : Cours magistral

Préalable : MBA 5635

MBA 6797 Cas fédérateurs et simulation en stratégie (3 crédits)

Le but du cas fédérateur II et de la simulation est d'intégrer les notions de stratégies apprises dans les trois cours de stratégie en exposant l'élève au cycle de la formulation et du déploiement stratégique dans un environnement concurrentiel simulé. Intégration des connaissances fonctionnelles comme le marketing, la finance, la gestion de la production et des opérations, la gestion des ressources humaines au moyen d'un véhicule d'apprentissage faisant appels à des connaissances multidisciplinaires.

Volet : Cours magistral

MBA 6899 Projet de consultation (3 crédits)

Définition du problème, diagnostic, analyse et recommandations de solution/action au sein d'une organisation commerciale sélectionnée. Sera normalement réalisé en groupes de quatre ou cinq étudiants. Supervision et évaluation par les professeurs du programme MBA. Rapports d'avancement réguliers soumis électroniquement ou en personne. La proposition de projet doit être acceptée par un comité d'examen composé du superviseur, du directeur du programme MBA et d'un représentant de l'organisation commerciale.

Volet : Séminaire

MBA 6900 Stage / Internship (6 crédits / 6 units)

Stage de travail en entreprise ou un autre milieu de travail sous la direction d'un représentant de l'entreprise et un professeur de programme. Le rapport de stage sera évalué S (satisfaisant) ou NS (non satisfaisant) par le professeur en consultation avec l'autre directeur. / Internship in a company or other work setting under the direction of a company representative and a professor from the program. Report to be graded S (Satisfactory) / NS (Not satisfactory) by the professor with input from the other supervisor.

Volet / Course Component: Recherche / Research

Permission of the Department is required.