

DESCRIPTION OFFICIELLE 2020 – 2021

PROGRAMME DE MAÎTRISE EN
ADMINISTRATION DES AFFAIRES
(MBA)

CE DOCUMENT CONSTITUE LA VERSION OFFICIELLE DU
PROGRAMME À COMPTER DE JUIN 2020

1. INFORMATIONS GÉNÉRALES

1.1. PARTICULARITÉS DU PROGRAMME

Le programme de MBA de HEC Montréal s'adresse aux personnes ayant déjà acquis une expérience de travail et qui cherchent à devenir dirigeants dans une organisation ou à diriger leur propre entreprise.

1.1.1. NOMBRE DE CRÉDITS

Le MBA est un programme d'études de deuxième cycle. Il comporte 54 crédits et mène à l'obtention d'un grade.

- **MBA temps plein**
 - Cours obligatoires (40,5 crédits)
 - 4 modules sur les fondements de la gestion
 - Des activités de mise en valeur; un projet d'intégration *Défi HEC*, un projet de consultation en organisation et un cours de leadership et changement personnel
 - Cours à option permettant le développement d'un portefeuille de compétences (13,5 crédits)
 - 9 cours de 1,5 crédit
- **MBA temps partiel**
 - Cours obligatoires (40,5 crédits)
 - 4 modules sur les fondements de la gestion)
 - Des activités de mise en valeur; un projet de consultation en organisation et un cours de leadership et changement personnel
 - Cours à option permettant le développement d'un portefeuille de compétences (13,5 crédits)
 - 9 cours de 1,5 crédit

1.1.2. DURÉE DES ÉTUDES

La durée normale du programme de MBA est d'un an pour le cheminement à temps plein et de deux ans pour le cheminement à temps partiel. La durée maximale de la scolarité est de quatre ans à compter du trimestre auquel l'étudiant est admis.

1.1.3. RÉGIME D'ÉTUDES

L'étudiant est considéré à temps plein s'il est inscrit à un minimum de 12 crédits pour un trimestre.

1.2. CHEMINEMENTS

Le programme de MBA propose deux cheminements :

- Cheminement à temps plein (offert en français et en anglais)
- Cheminement à temps partiel (offert en français)

1.3. MISSION DU PROGRAMME ET OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

Le MBA HEC Montréal forme des professionnels de la gestion réflexifs, en maîtrise de leur développement personnel et capables d'assumer des postes de leadership.

Les objectifs d'apprentissage du programme de MBA sont les suivants :

- Développement d'habiletés de praticien réflexif et responsable et développement personnel
- Maîtrise des outils fondamentaux de gestion
- Développement d'habiletés de gestionnaire
- Développer des habiletés de leadership

1.4. DIRECTION D'ATTACHE

Direction des programmes de MBA.

2. CONDITIONS D'ADMISSIBILITÉ

2.1. BASES D'ADMISSION DES ÉTUDIANTS

La sélection des candidats se fait sur l'analyse de l'ensemble du dossier d'admission, notamment leur dossier universitaire, la pertinence de leur expérience de travail, leurs résultats aux différents tests d'admission, leurs lettres de recommandation, la réponse à la question complémentaire et les trois essais vidéo.

2.2. ÉTUDIANTS RÉGULIERS

Pour être admissible au programme de MBA à titre d'étudiant régulier, le candidat doit :

a) Scolarité

- Être titulaire d'un diplôme universitaire de 1^{er} cycle obtenu avec une moyenne jugée satisfaisante. La moyenne obtenue au terme de la scolarité du 1^{er} cycle doit être au moins équivalente à celle exigée par l'université d'origine pour l'admission de ses propres étudiants dans un programme de 2^e cycle;
- Pour des études faites à l'étranger, être titulaire d'un baccalauréat ou d'un diplôme jugé équivalent obtenu avec une moyenne jugée satisfaisante au terme d'au moins 16 ans de scolarité.

b) Expérience de travail

- Posséder une expérience de travail jugée pertinente d'au moins trois ans.

c) Tests d'admission

- Passer obligatoirement, avant la date limite du dépôt d'admission, l'un ou l'autre des tests d'aptitude aux études en gestion suivants :
 - Test d'Aptitude aux Études de gestion (TAGE-MAGE)
 - Graduate Management Admission Test (GMAT)
 - Graduate Record Examination (GRE)
- Les résultats obtenus à l'un ou l'autre de ces tests doivent être disponibles pour l'analyse de la demande. Les tests ne doivent pas avoir été passés il y a plus de cinq ans.

d) Exigences linguistiques

- Le candidat doit également faire la preuve de sa connaissance de la langue d'enseignement au niveau avancé, tel que précisé dans le Règlement relatif aux exigences linguistiques à HEC Montréal.

Peut aussi être admis au programme de MBA, le candidat dont le dossier ne satisfait pas à l'une des exigences minimales requises. Un nombre restreint de ces candidats pourront être sélectionnés sur la base d'une très haute qualité de leur expérience de travail ou de très bons résultats aux tests d'admission.

Les dossiers incomplets ne sont pas analysés par le comité de sélection.

2.3. PASSERELLES AVEC D'AUTRES PROGRAMMES

2.3.1. PASSERELLE AVEC LE MBA ITC

Le MBA à temps partiel comprenant le microprogramme en Innovation Technologique et Commercialisation a l'objectif spécifique d'amener l'étudiant à maîtriser les outils et méthodes de gestion de l'innovation, d'ingénierie de projets technologiques et de gestion des risques dans un environnement technologique.

3. CONTENU DU PROGRAMME

3.1. STRUCTURE

La structure globale du programme est présentée à l'annexe 1.

La structure détaillée, incluant la liste des cours et activités, est présentée à l'annexe 2.

3.2. DESCRIPTION DE CERTAINES ACTIVITÉS

Campus international

Une activité de 1.5 ou 3 crédits où l'on découvre une culture d'affaires au moyen de rencontres avec des cadres dirigeants et des représentants gouvernementaux étrangers, de conférences universitaires, de même que d'activités pratiques visant l'intégration des connaissances.

Projet individuel

Une activité personnalisée de 1,5 crédit, qui consiste en un travail de recherche, d'analyse ou de consultation dans lequel s'appliquent les concepts, modèles ou techniques étudiés durant les cours.

3.3. CONDITIONS DE DIPLOMATION

Pour l'obtention du grade de maîtrise en administration des affaires, l'étudiant doit obtenir les 54 crédits et respecter la structure de son programme.

4. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

4.1. CHEMINEMENT EN COHORTE ET INSCRIPTION AUTOMATIQUE

Les étudiants suivent le programme en cohorte et sont inscrits de façon automatique aux cours obligatoires.

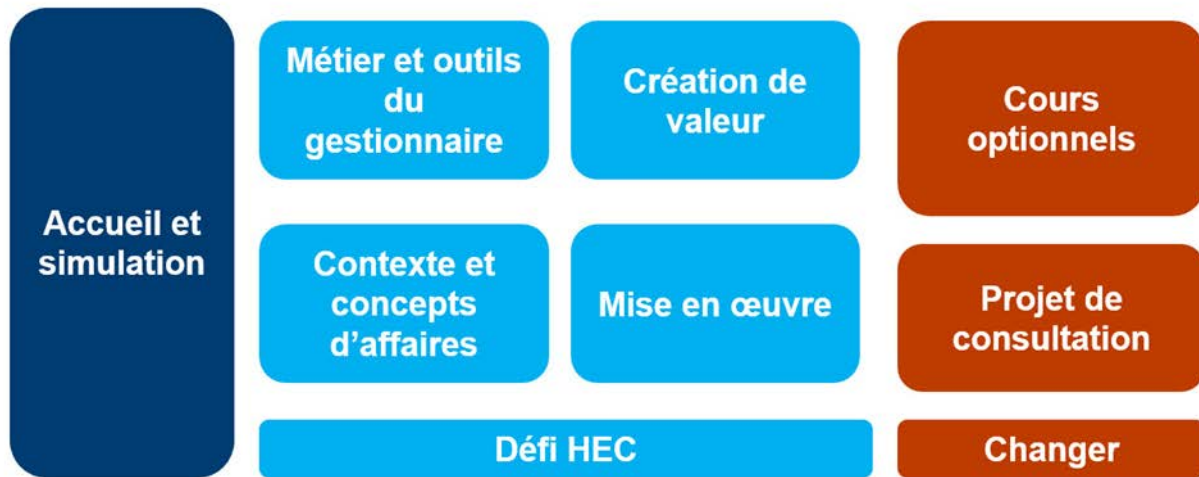
4.2. PRÉALABLES DE NIVEAU

L'étudiant doit respecter sa structure de programme. Il doit avoir suivi l'ensemble des modules obligatoires avant de pouvoir s'inscrire aux cours à option. Il doit en outre avoir réussi ou être inscrit à l'ensemble des cours à option pour avoir le droit d'être inscrit aux cours obligatoires de fin de programme.

4.3. DEMANDE DE CHANGEMENT DE CHEMINEMENT

Tout changement de cheminement doit être approuvé par la direction du programme.

ANNEXE 1 – STRUCTURE DU PROGRAMME



ANNEXE 2 – STRUCTURE DÉTAILLÉE DES CHEMINEMENTS

COURS OBLIGATOIRES	
50410 Gérer une entreprise : simulation	50410A Management Simulation
50404 Métier de gestionnaire	50404A The Manager's Craft
50407 Politique et influence dans l'organisation	50407A Politics and Influence in Organization
50900 Comptabilité financière et de gestion	50900A Financial & Managing Accounting
50630 Introduction à la science des données	50630A Introduction to Data Science
50800 Environnement macroéconomique	50800A Macroeconomic Environment
50801 Structure de marché et concurrence	50801A Market Structure and Competition
50200 Finance 1 : Investissement	50200A Finance 1: Investment
50101 Marketing stratégique	50101A Strategic Marketing
50000 L'entreprise et son contexte local et mondial	50000A The Firm and its Local and Global Context
50402 Gestion stratégique I : Analyse stratégique	50402A Strategic Management I: Strategy Analysis
50408 Éthique et responsabilité sociale	50408A Ethics & Social Responsibility
50100 Tactiques marketing	50100A Marketing Tactics
50204 Finance 2: Financement	50204A Finance 2: Financing
56100 Développement professionnel	56100A Professional Development
50403 Gestion stratégique II: L'action stratégique	50403A Strategic Management II : Strategic Action
50701 Technologies numériques	50701A Leveraging & Managing Digital Technologies
50406 Design Organisationnel: Personnes, Structure et Culture Organizational Design: People,	50406A Organizational Design: People, Structure and Culture
50500 Gestion des opérations	50500A Managing Operations
50426 Développer son leadership	50426A Developing Leadership
56180 Défi HEC	56180A HEC Challenge
56115 Projet de consultation en organisation	56115A Consulting Field Project
50440 Changer	50440A Changing

COURS À OPTION (BLOC DE COMPÉTENCES)	
Consultation/ Consulting	50172 Développer nouveaux produits et des nouveaux services
	50132 Plans et stratégies marketing
	50191 Habilités de vente et de négociation
	50132A Marketing Strategy and Plans
	50172A Developing New Products and Services
	50401 Le métier de consultant
	50562A Business Process Improvements I
	50563A Business Process Improvements II
	50782A Managing projects: Concepts and techniques
	50562 Amélioration des processus d'affaires I
	50563 Amélioration des processus d'affaires II
50782 Gestion de projets : concepts et techniques	
Entreprise numérique/ Digital Enterprise	50761A Managing Big Data
	50672A Risk Analysis
	50631A Creating Value from Big Data
	50671A Business Analytics
	50761 Gestion des mégadonnées
	50672 Analyse de risque
	50671 Analytique d'affaires
	50161A Digital Marketing Strategy
	50162A Social Media Marketing
	50162 Marketing des médias sociaux
	50781A Agile Project Management
Stratégie et affaires internationales / Strategy and International Business	50041 Stratégie et internationalisation
	50042 Management multinational
	50043 Firmes multinationales et gestion des connaissances
	50451 Fusions et acquisitions
	50451A Mergers and Acquisitions
	50042A Global Management
	50041A Strategy Internationalization
	90002A Campus Abroad

COURS À OPTION (BLOC DE COMPÉTENCES) suite

Leadership	50381	Développer ses habiletés de négociation
	50382	Déployer ses stratégies de négociation
	50381A	Develop your Negotiation Skills
	50382A	Implementing your Negotiation Strategies
	50441	Gérer des équipes efficaces
	50471	Turbulence, changement et transformation organisationnelle
	50412	Comportement dysfonctionnel en contexte de gestion
	50450	Gestion du stress
	50411	Psychologie du pouvoir en contexte de gestion
Entrepreneuriat et petites entreprises/ Entrepreneurship and Small Business	51001	Création de valeur dans les petites et moyennes entreprises
	5101A	Launching Startups
	51003	Innovation entrepreneuriale
	51041	Pensée design et entrepreneuriat
	51001A	Value Creation in Small Business
	50102	Stratégie et Intelligence Marketing
	51011	Gazelles à l'échelle : Réussir la croissance
	51013A	Creative Destruction Lab Course 1: Screening and Evaluating Venture Proposals
	51014A	Creative Destruction Lab Course 2: Nurturing the Growth of High Potential Technology Venture
Finance et économie/ Finance and Economics	50291A	Understand the Capital Markets I
	50202A	Understanding Financing Decisions
	50201A	Understanding Investment Decisions
	50292A	Understand the Capital Markets II
	50201	Comprendre les décisions d'investissement de l'entreprise
	50291	Comprendre le fonctionnement des marchés des capitaux I
	50221	Enjeux contemporains de la pratique de la finance
	50872A	Global Markets, National Policies and the Competitive Advantage of Firms
	50682	Essentiel de la chaîne de valeur de l'énergie
Microprogramme ITC	IND6500	Séminaire de prospective technologique
	IND6501	Nouvelles entreprises technologiques et commercialisation
	IND6502	Ingénierie et structure de projets technologiques
	IND6503	Gestion des risques dans un environnement technologique
	IND6504	Développement durable : cycle de vie et aspects économiques
	IND6505	Résilience et continuité opérationnelle