

GESTION INTERNATIONALE – RÉGIME COOPÉRATIF

Compétences développées dans le programme de Gestion internationale

Objectifs du programme de BAA en Gestion internationale :

- Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant d'acquérir une formation spécialisée en gestion internationale afin de lui permettre de s'intégrer à des organisations qui ont des activités internationales
- Permettre à l'étudiant ou à l'étudiante de travailler sur un projet réel d'exportation, ou d'importation, ou d'impartition internationale avec une entreprise de la province
- Développer des compétences transversales dans les domaines indispensables pour le fonctionnement d'une entreprise, tels que l'économie, la finance, le management et le marketing
- Offrir une formation orientée vers la coopération, le travail d'équipe et la prise de décision, l'équité-la diversité-l'inclusion
- Développer les habiletés nécessaires pour œuvrer dans un contexte international et multiculturel
- Permettre aux étudiantes et aux étudiants l'apprentissage d'une troisième langue
- Former des gestionnaires qui ont une ouverture d'esprit et une capacité de réfléchir pour être capables d'exercer dans un environnement complexe et en constante évolution.
- Développer chez l'étudiante ou l'étudiant la prise de décisions éthiques ainsi que la gestion de la responsabilité sociale et du développement durable

<p>Stage 1 2^e année complétée (sous supervision)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • possède une bonne connaissance du rôle et des objectifs des fonctions majeures des entreprises de biens et services • peut aider les gestionnaires à concevoir un plan marketing, d'approvisionnement, de distribution, de qualité et de gestion des ressources humaines • peut aider dans la collecte des données secondaires • peut aider dans l'identification des marchés ou des industries sur un plan international
<p>Stage 2 3^e année complétée (sous supervision et/ou assistance périodique)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • suite à son expérience à l'étranger du programme de Gestion internationale, l'étudiante ou l'étudiant peut conduire une recherche en marketing, ou vis-à-vis des fournisseurs, ou sur des procédures commerciales pour aider à identifier le potentiel des marchés et industries à l'étranger • aider à établir des relations avec les intermédiaires dans le réseau de distribution international • aider les gestionnaires à préparer la documentation afin de répondre aux besoins des agences subventionnaires canadiennes • aider les gestionnaires à prendre des décisions éthiques et initier des pratiques de responsabilité sociale et des actions de développement durable
<p>Stage 3 4^e année complétée (sous supervision avec une certaine autonomie)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • peut concevoir un plan d'exportation ou d'autres formes de plan d'activité internationale pour une entreprise • peut aider la direction à mettre en œuvre le plan marketing international ou d'autres formes de plans gestionnaires internationaux • peut identifier le marché cible, ou diagnostiquer l'industrie dans un autre pays pour en identifier le potentiel • peut aider la direction à participer à une mission commerciale à l'étranger • peut aider la direction à mener à bien ses activités commerciales internationales

BACHELOR IN BUSINESS ADMINISTRATION – CO-OP PROGRAM

INTERNATIONAL BUSINESS MAJOR

SKILLS DEVELOPED IN THE INTERNATIONAL BUSINESS PROGRAM

The objectives of the B.B.A. program with Major in International Business are to:

- Allow the student to acquire a specialized knowledge of international business in order to allow him or her to function effectively in organizations that have international activities
- Allow the student to participate in a project directly involved with the exportation of goods and services, or their importation, or related internationally outsourced activities
- Develop the student's competencies related to international business activities such as economics, finance, management, marketing,
- Offer solid training in decision making, co-operation, teamwork to attain organizational objectives, and equity-diversity-inclusion
- Develop the required skills to effectively work in an international and multi-cultural business context
- Allow the student to have a working knowledge in a foreign language and the opportunity to learn a third language
- Train open-minded managers relying on analytical capabilities that allow them to work in a complex and continuously changing environment
- Develop the student's ethical decision-making as well as the management of corporate social responsibility (CSR) and sustainability

<p>WORK TERM 1 2nd year completed (under supervision)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Possesses a good understanding of the roles and objectives of the main business functions in goods and services • Can assist in the preparation of plans in marketing, supply, distribution, quality, and human resource management • Can assist in the collection and analysis of primary and secondary data • Can assist in the identification of markets, or industries, on an international basis
<p>WORK TERM 2 3rd year completed (under supervision and/or periodical assistance)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Following his or her term in a foreign university, the student is able to undertake a marketing research, or assess suppliers, or analyze commercial procedures to help identify the potential of international markets or industries • Can assist in the establishment of relations with intermediaries in the international distribution network • Can assist management in the preparation of the documentation for obtaining grants from Canadian agencies. • Can assist managers in the making of ethical decisions and in the initiation of CSR practices and sustainability actions
<p>WORK TERM 3 4th year completed (under supervision with some autonomy)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Can prepare an export marketing plan, or other kinds of plans regarding international activities of a company • Can assist in the implementation of an international marketing plan, or other kinds of international managerial plans • Can identify a company's target market in a foreign country, or diagnose an foreign industry, to assess their potential • Can assist in the organization and management of an international trade mission • Can assist management in achieving its objectives in international commercial activities