



Entrepreneurship in University
Environments

L'Environnement universitaire
de l'entrepreneurship



L'environnement universitaire de l'entrepreneurship au Canada atlantique
Un examen des modèles, des pratiques exemplaires et de l'élaboration des programmes

L'ENVIRONNEMENT UNIVERSITAIRE DE L'ENTREPRENEURSHIP AU CANADA ATLANTIQUE

DEUXIÈME PARTIE *Un examen des modèles, des pratiques exemplaires et de l'élaboration des programmes*

Décembre, 2004

Sue McNeil
Directrice de l'éducation et
des relations externes
Enterprise Development Centre
Université St. Francis Xavier
Antigonish (Nouvelle-Écosse)

David Fullerton, M.Sc.
Directeur de la formation et
du développement
Enterprise Development Centre
Université St. Francis Xavier
Antigonish (Nouvelle-Écosse)

Leanne Murphy
Aide de recherches
Enterprise Development Centre
Université St. Francis Xavier
Antigonish (Nouvelle-Écosse)

Préparé pour et par :

le Consortium sur l'entrepreneursip des universités du Canada atlantique

Il est interdit de reproduire, de sauvegarder ou de transmettre, en totalité ou en partie, le contenu de cette publication, sous aucune forme ou par quelque moyen que ce soit, sans l'autorisation écrite du Comité sur la propriété intellectuelle du consortium sus-mentionné. Des extraits de cette publication peuvent être reproduits aux fins de recherche, d'études, de critique ou d'examen sans autorisation écrite, à condition d'en accorder le crédit aux auteurs et d'indiquer la source. Ce consentement ne s'applique pas à la reproduction à grande échelle, telles que la reproduction aux fins de compilation de nouveaux ouvrages collectifs ou de revente. Pour obtenir une autorisation écrite, veuillez communiquer avec M^{me} Jill Hiscock, gestionnaire de projets de recherche ou avec le Acadia Centre for Small Business & Entrepreneurship de l'Université Acadia, Wolfville, Nouvelle-Écosse, Canada.

Le consortium souhaite remercier l'Agence de promotion économique du Canada atlantique de son appui et de sa contribution à ce projet de recherche-développement



Agence de
promotion économique
du Canada atlantique

Atlantic Canada
Opportunities
Agency

Canada

ISBN : 0-9736671-3-3

Téléphone : (902) 585-1180
Courriel : jill.hiscock@acadiau.ca

This material is also available in English:
**ENTREPRENEURSHIP IN ATLANTIC
CANADIAN UNIVERSITY ENVIRONMENTS
PART II - An Examination of Models, Best
Practices, And Program Development**

ISBN: 0-9736671-2-5

le Consortium sur l'entrepreneursip des universités du Canada atlantique
a/s Acadia Centre for Small Business & Entrepreneurship
Willett House – 38, promenade Crowell
Université Acadia
Wolfville, Nouvelle-Écosse
B4P 2R6
TÉL : (902) 585-1180
TÉLÉC. : (902) 585-1057

SOMMAIRE

- Vesper et Gartner (1997 : 405-407) offrent un repère pour évaluer le niveau des programmes d'entrepreneurship à l'aide de quatre critères principaux. Ce sont : 1) les titres de compétence du corps professoral; 2) la variété et l'importance du programme d'études en entrepreneurship; 3) les normes de l'université et les notes des étudiants; et 4) la qualité et les compétences des ressources.
- Les universités font appel à diverses méthodes pour dispenser l'enseignement entrepreneurial, notamment :
 - le coenseignement;
 - une combinaison d'apprentissage expérientiel et théorique;
 - la création d'entreprises;
 - le travail de consultation dans des entreprises véritables;
 - le mentorat;
 - la méthode des cas et les concours d'étude de cas.
- La façon de faire habituelle, en ce qui a trait à l'élaboration d'un programme d'entrepreneurship, c'est d'offrir en premier lieu un seul cours auquel viendront ensuite se greffer d'autres cours pour former un programme (Menzies et Gasse, 1999 : 24). Ces cours peuvent être conçus en fonction des secteurs qui englobent des connaissances en entrepreneurship. Menzies et Gasse (1999 : 7) divisent la connaissance entrepreneuriale en trois différentes étapes : initiation et sensibilisation; création de nouvelles entreprises; et survie et croissance des entrepreneurs actuels.
- « L'interaction avec les propriétaires d'entreprises est un élément important de l'enseignement commercial à la fois pour les programmes dispensés en établissement et pour la formation des adultes. En plus d'offrir de l'information sur les réalités associées au fait de posséder une entreprise et d'y travailler, ces personnes sont des modèles de comportement pour les futurs propriétaires d'entreprises. » [TRADUCTION] (Vawdrey, 1987 : 30)
- Les programmes doivent être conçus de manière à favoriser un environnement entrepreneurial si on souhaite instaurer un curriculum d'enseignement entrepreneurial.
- L'apprentissage expérientiel est mis en évidence dans nombre de programmes d'entrepreneurship prestigieux. « C'est le travail expérientiel sur le projet réalisé par les étudiants pour des entreprises communautaires qui servi de pierre angulaire à toute l'opération. Les étudiants au M.B.A. croyaient qu'ils apprenaient davantage avec les projets véritables d'entreprises locales qu'avec la méthode plus traditionnelle des cas écrits. » [TRADUCTION] (McMullan et Gillin, 1998 : 6)

- L'une des questions clés à laquelle doit répondre l'établissement qui souhaite offrir des études entrepreneuriales est où les placer. Actuellement, la majorité de ces études font partie du Département du commerce ou du génie. Un certain nombre de modèles offrent les cours/programmes à l'échelle de diverses disciplines ou de divers départements.
- Un curriculum d'enseignement entrepreneurial doit mettre l'accent sur :
 - l'avenir plutôt que le passé;
 - la créativité plutôt que l'analyse critique; la perspicacité plutôt que la connaissance;
 - la compréhension active plutôt que la compréhension passive;
 - l'investissement émotionnel plutôt que l'absolu détachement;
 - la manipulation des événements plutôt que la manipulation des symboles;
 - la communication et l'influence personnelles plutôt que la communication écrite et la neutralité;
 - le problème ou l'occasion plutôt que le concept.
- La majorité des universités dont les programmes ont été sélectionnés comme modèles ont recours à un corps professoral qui combine d'excellents titres de compétences et des antécédents de réussite comme praticien (entrepreneur).
- L'existence de centres d'entrepreneurship universitaires était manifeste dans chacun des modèles d'enseignement entrepreneurial, la seule différence étant leur degré de participation à la création d'un environnement favorisant le curriculum d'enseignement entrepreneurial.

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE	i
TABLE DES MATIÈRES	iii
ÉQUIPE DE RECHERCHE.....	iv
I. APERÇU	1
II. MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	3
III. MODÈLES ET ÉLABORATION DE PROGRAMMES.....	4
A. MISSION/OBJECTIFS	7
B. MÉTHODES D'ENSEIGNEMENT	8
C. CONCEPTION	9
D. CORPS PROFESSORAL	16
E. CENTRES D'ENTREPRENEURSHIP	19
F. AUTRES MOYENS DE FAVORISER L'ENTREPRENEURSHIP	21
G. BUREAUCRATIE	23
IV. COMMENTAIRES SUR LES MODÈLES ET L'ÉLABORATION DE PROGRAMMES	24
BIBLIOGRAPHIE.....	32
APPENDICES.....	34
Appendice 1 : Babson College.....	34
Appendice 2 : Cranfield University	36
Appendice 3 : INSEAD.....	38
Appendice 4 : The London School of Business.....	41
Appendice 5 : Université McGill.....	45
Appendice 6 : Stirling University	48
Appendice 7 : The Swinburne University of Technology.....	51
Appendice 8 : Université de Calgary	54
Appendice 9 : University of Durham.....	57
Appendice 10 : University of Southern California	60
Appendice 11 : Programme d'entrepreneurship de l'Université de Victoria	63
Appendice 12 : University of Washington.....	66
Appendice 13 : Vaxjo University	70
Appendice 14 : Wharton School of Business	72
Appendice 15 : Entrepreneurialiser l'environnement d'apprentissage	74
Appendice 16 : Le Programme de compétences en gestion (PCG).....	75
Appendice 17 : Explication des acronymes utilisés.....	78

ÉQUIPE DE RECHERCHE

Sue McNeil
Directrice de l'éducation et des relations externes
Enterprise Development Centre
Université St. Francis Xavier
Antigonish (Nouvelle-Écosse)

David Fullerton, M. Sc.
Directeur de la formation et du développement
Enterprise Development Centre
Université St. Francis Xavier
Antigonish (Nouvelle-Écosse)

Leanne Murphy
Aide de recherches
Enterprise Development Centre
Université St. Francis Xavier
Antigonish (Nouvelle-Écosse)

Gestionnaire de projet :	Jill Hiscock
Enquêteurs principaux :	Sue McNeil David Fullerton
Examen et interprétation :	Sue McNeil David Fullerton Leanne Murphy
Rapport :	Sue McNeil David Fullerton Leanne Murphy
Adjoints-étudiants à la recherche :	Kelley Steeves Kevin Curry

I. APERÇU

Dans un récent rapport de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) intitulé *Mise en valeur de l'entrepreneurship dans les universités de la région de l'Atlantique*, certains secteurs de préoccupation sont mis en évidence concernant l'existence de programmes universitaires axés sur l'enseignement entrepreneurial. La Fondation John Dobson fait écho à cette préoccupation en affirmant que « Au cours des dernières années, nous nous sommes inquiétés du peu de recherche sur l'entrepreneurship effectuée au Canada; du partage déficient des méthodes d'enseignement de l'entrepreneurship; et du peu de fonds consacrés à ce sujet. Nous pensons qu'on peut faire davantage au niveau universitaire. » [TRADUCTION] (Menzies, 1998 : iii)

Le document de l'APECA indiquait que l'une des étapes importantes à franchir pour former des entrepreneurs qui connaîtront du succès au Canada atlantique consiste à obtenir l'appui des universités du Canada atlantique, anglophones et francophones, pour tenter d'améliorer l'enseignement entrepreneurial. De même, le document précise qu'il importe de créer des partenariats avec les universités pour promouvoir davantage l'entrepreneurship, pour défendre les intérêts du développement de l'enseignement entrepreneurial et pour prolonger dans la collectivité l'esprit d'entrepreneurship émanant de chacune des institutions.

Le document dressait une liste de mesures qui pourraient être prises pour obtenir les résultats susmentionnés :

- établir ce qu'il en est de l'enseignement entrepreneurial dans les universités du Canada atlantique;
- entreprendre des activités susceptibles de créer, dans les universités, un environnement qui permet aux étudiants de se familiariser avec les possibilités et défis associés au démarrage d'une entreprise;
- encourager les facultés autres que la Faculté du commerce à offrir des cours en entrepreneurship;

- inciter les personnes qui étudient dans un domaine autre que celui des affaires à envisager la création d'une entreprise comme une carrière professionnelle;
- identifier les niveaux des programmes d'entrepreneurship et des activités de sensibilisation à l'entrepreneurship et de défense des intérêts s'y rapportant;
- créer un répertoire des ressources entrepreneuriales;
- mettre au point des ressources et des programmes pour la prestation de l'enseignement entrepreneurial et de ses programmes;
- offrir des programmes/services aux étudiants et au corps professoral.

L'objectif de l'ensemble du projet de recherche intitulé *L'Environnement universitaire de l'entrepreneurship au Canada atlantique* consiste à trouver et à mettre au point des ressources et des programmes qui permettront de combler les lacunes au chapitre de l'enseignement entrepreneurial, de la sensibilisation à l'entrepreneurship et de la défense de ses intérêts au niveau universitaire, comme le fait ressortir l'étude de l'APECA. L'objectif premier du présent document « Partie Deux : Examen des modèles, des pratiques exemplaires et de l'élaboration de programmes » consiste à faciliter l'établissement d'un modèle de prestation de l'entrepreneurship à divers niveaux d'enseignement universitaire, modèle qui permettra :

- de mettre tous les étudiants en contact avec l'entrepreneurship;
- de fournir les renseignements nécessaires pour appuyer la création d'un milieu d'apprentissage axé sur l'entrepreneurship;
- de développer chez les étudiants les caractéristiques/traits de personnalité d'un entrepreneur;
- de sensibiliser les étudiants à la création d'une entreprise comme option professionnelle viable;
- d'accroître la création d'entreprises parmi les étudiants.

Bien que le présent document fasse état des pratiques exemplaires et offre des lignes directrices pour l'élaboration de programmes, nous vous suggérons de lire la Partie Un – Examen de la littérature - pour pouvoir mettre en contexte l'élaboration d'un modèle d'enseignement entrepreneurial.

II. MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Les modèles d'entrepreneurship sélectionnés et décrits ont été tirés de la liste des universités qui ont été évaluées dans l'étude de Vesper et Gartner (1997) intitulée *Measuring Progress in Entrepreneurship Education* et du document de Menzies et Gasse (1999) intitulé *Entrepreneurship and Canadian Universities: Report of a National Survey of Entrepreneurship Education*. Il importe de noter que d'après ces deux études, les méthodes actuellement utilisées pour classer/coter les études universitaires en entrepreneurship sont problématiques, l'un des grands problèmes étant que les critères n'étaient pas réellement précisés et que dans les cas où ils l'étaient, leur pondération n'était pas expliquée.

Les modèles sélectionnés ont aussi été examinés par M^{me} Monica Diochon, (Ph.D.) chercheure et professeure de commerce et d'entrepreneurship à l'Université St FX. L'information contenue dans les appendices – un pour chaque modèle – a été tirée directement des sites Web des universités et complétée par l'information tirée du *Compendium of Entrepreneurship Programs* (1999) de Vesper et Gartner. Lorsque aucune information n'était disponible pour l'une des rubriques (p. ex. concernant la mission et les objectifs du programme), elle n'a pas été incluse dans la description. Le modèle PCG – appendice 16 – a été inclus comme un modèle du Canada atlantique ayant basé son programme sur celui de l'University of Swinburne, l'un des modèles inclus dans la section sur les pratiques exemplaires. Il peut servir de point de référence pour les méthodes d'intégration d'un programme d'entrepreneurship dans un programme universitaire établi ou dans divers programmes à l'échelle de toutes les facultés. Nous avons inclus le modèle du Comité des collèges de l'Atlantique pour le développement entrepreneurial (CCADE) – appendice 15 – comme méthode potentielle pour accroître la sensibilisation à l'instauration d'une culture d'apprentissage entrepreneurial et à la formation du corps professoral à cet égard.

III. MODÈLES ET ÉLABORATION DE PROGRAMMES

L'objectif premier du présent document consiste à favoriser la création d'un modèle de prestation de l'enseignement entrepreneurial qui puisse être appliqué à l'ensemble des disciplines au sein des universités du Canada atlantique. Notre examen approfondi des modèles sélectionnés pour ce projet, soit ceux qui ont été considérés comme les meilleurs programmes, selon la description faite dans la méthodologie de la recherche, a permis d'élaborer un certain nombre de pratiques exemplaires. Les pratiques exemplaires tirées des différents modèles sont décrites dans le détail tout au long du document. Il importe d'avoir à l'esprit que nombre de ces modèles, surtout ceux du R.-U. et de l'Europe, sont des programmes d'études supérieures. Comme la plupart des universités du Canada atlantique offrent surtout des programmes de premier cycle, il se peut qu'il n'y ait pas de correspondance avec un seul modèle dans son intégralité. De même, nombre des programmes qui ont du succès sont financés en exigeant des frais de scolarité beaucoup plus élevés qu'au Canada atlantique. Il ne s'agit pas de laisser entendre que l'adaptation des pratiques exemplaires n'est pas possible, mais seulement que les contraintes relatives au financement et/ou au programme peuvent jouer un rôle majeur dans le choix d'options pratiques et réalistes. Si une option efficace s'accompagne d'un prix élevé, les méthodes d'accès au financement devront peut-être aussi faire l'objet d'une recherche.

Avant de discuter des modèles et des pratiques exemplaires, il importe de noter qu'il est essentiel de ne pas amorcer la planification de programmes ni l'élaboration de modèles avant que n'aient pris fin les sondages auprès de l'administration, du corps professoral et des étudiants et qu'on ait compris leurs besoins et désirs. Les principes reconnus de la planification de programmes dans le domaine de l'éducation des adultes exigent que l'on porte attention à l'évaluation des besoins et à la négociation des intérêts divergents. La structure de planification de programmes, que les théoriciens reconnaissent comme étant le fondement d'une bonne planification des programmes (Cervero et Wilson, 1994, p.3), comporte les cinq étapes suivantes :

- évaluation des besoins des apprenants;
- définition des objectifs à partir de ces besoins;
- identification des expériences d'apprentissage qui permettront d'atteindre ces objectifs;
- organisation des expériences d'apprentissage;
- évaluation du programme en regard des objectifs.

Ce processus s'apparente à la théorie dominante en élaboration de curriculums, à l'exception de la première étape. L'élaboration de curriculums met l'accent sur quatre questions (Cervero et Wilson, 1994, p. 14) :

- Quels objectifs éducatifs l'école devrait-elle chercher à atteindre?
- Quelles expériences éducatives susceptibles de permettre la réalisation de ces objectifs peut-on offrir?
- Comment organiser efficacement les expériences éducatives?
- Comment pouvons-nous évaluer si les objectifs sont atteints?

C'est souvent la première étape d'une planification de programmes efficace qui est négligée dans l'élaboration d'un curriculum. On peut le comprendre étant donné que c'est l'évaluation des besoins des apprenants et de la réponse à ces besoins, de même que leur mise en balance avec les besoins et intérêts de l'organisation qui causent le plus de difficulté aux responsables de la planification des programmes. Cervero et Wilson saisissent et décrivent explicitement le dilemme des planificateurs de programmes :

Tous les planificateurs savent qu'ils ne sont pas libres de convertir directement leurs propres intérêts en objectifs, en contenu et en format de programme. Leur planification doit plutôt toujours tenir compte d'un ensemble complexe de rapports de pouvoir personnels, organisationnels et sociaux entre des personnes qui peuvent avoir des intérêts semblables, différents ou conflictuels à l'égard du programme. La responsabilité des planificateurs, et le problème central [de la planification des programmes] gravitent autour de la négociation des intérêts qu'ont ces personnes à construire un programme. [TRADUCTION] (1994, p. 4)

Ce dilemme ne peut être ignoré ou esquivé si on veut appliquer les cinq étapes d'une bonne planification de programmes à l'élaboration d'un modèle d'enseignement entrepreneurial à l'université. En l'occurrence, l'évaluation des besoins des apprenants se fait par l'entremise d'un sondage auprès des étudiants. Lorsqu'on compare les résultats de ce sondage à ceux obtenus dans les sondages auprès de l'administration et du corps professoral, on doit pouvoir établir les intérêts et les besoins de chaque groupe et mettre en évidence tous les intérêts conflictuels. Cette information va permettre aux responsables de l'élaboration de modèles de négocier avec plus d'efficacité les divergences d'intérêts tout au long du processus de planification. Il est essentiel d'établir au préalable et de négocier ces intérêts divergents si on veut élaborer des programmes éducatifs de première qualité. (Cervero et Wilson, 1994)

Une fois l'évaluation des besoins terminée, l'élaboration du modèle passe à la définition des objectifs du programme et à la sélection des méthodes d'apprentissage/d'enseignement. La discussion des pratiques exemplaires est organisée de manière à permettre une progression logique tout au long du processus de planification. Les pratiques exemplaires sont présentées et traitées en fonction de leurs divers éléments :

- mission/objectifs;
- méthodes d'enseignement;
- conception;
- corps professoral;
- Centres d'entrepreneurship;
- autres moyens de favoriser l'entrepreneurship;
- bureaucratie.

Il est question de chaque élément; son importance est soulignée et des exemples de pratiques exemplaires tirées des modèles évalués sont présentés. Pour un examen complet de tous les modèles, vous trouverez dans les appendices (1-14) ce type d'information sur chaque programme universitaire, et l'information respecte ces mêmes sept composantes. Pour résumer les pratiques exemplaires, un tableau décrivant les utilisations suggérées et la sélection de certains éléments en lien avec des besoins précis est présenté et il pourrait servir de ligne directrice aux responsables de l'élaboration de modèles.

A. Mission/objectifs

Selon Menzies et Gasse (1999 : 6), l'enseignement entrepreneurial « ajoute un volet pratique à la connaissance théorique et concentre l'attention sur les talents et compétences de l'étudiant. Il motive en outre les étudiants à faire preuve de plus de créativité et d'innovation et les rend plus aptes à réaliser avec d'autres des initiatives d'équipe. » [TRADUCTION] Cet énoncé se reflète dans nombre des énoncés de mission et objectifs des universités qui offrent actuellement un programme entrepreneurial. Par exemple, le **Babson College** vise à procurer à ses étudiants les compétences nécessaires et « une bonne partie » de l'expérience dont ils auront besoin pour entreprendre une carrière dans le monde des affaires lorsqu'ils obtiendront leur diplôme. L'**Université McGill** développe cette idéologie en identifiant cinq ensembles de compétences particuliers qu'elle vise à fournir à ses diplômés en entrepreneurship pour garantir leur réussite au troisième cycle. D'après son énoncé de mission, une fois les cours terminés à l'**Université McGill**, les étudiants devraient être en mesure :

- de déterminer et d'énumérer les obstacles opérationnels propres aux contextes entrepreneuriaux;
- de concevoir le plan stratégique d'une initiative entrepreneuriale, depuis sa conception jusqu'à sa réalisation;
- de recourir aux technologies novatrices nécessaires à la croissance d'une petite entreprise;
- de mettre en œuvre un plan pour repérer, gérer et faire croître une équipe de travail;
- d'analyser les marchés et avenues potentiels qui permettront d'atteindre ces marchés.

Les objectifs de l'**University of Durham** sont en harmonie avec ceux de l'**Université McGill** et elle utilise une méthode d'apprentissage cumulatif pour y arriver.

En opposition avec l'enseignement traditionnel de la gestion, ce programme vise à créer un environnement stimulant et propice dans lequel des individus en provenance de tous les secteurs commerciaux et organisationnels pourront explorer l'entrepreneurship et renforcer leurs compétences et comportements en entrepreneurship [TRADUCTION] (appendice 9).

Le besoin de recourir à une méthode d'apprentissage non traditionnelle a aussi été indiqué dans l'énoncé de mission de l'**University of Southern California**.

Aider les étudiants à adopter l'attitude entrepreneuriale qui consiste à être ouvert au changement, à développer de nouvelles idées, à sortir des paramètres habituels et à franchir les limites des paradigmes actuels. La combinaison d'outils, de compétences et d'attitudes offerte a pour but de donner aux étudiants la capacité d'organiser et de gérer de nouvelles entreprises [TRADUCTION] (appendice 10).

Il convient de noter que les objectifs et énoncés de mission des universités ne visent pas uniquement les étudiants en commerce, en ce qui concerne l'enseignement entrepreneurial. Ils vont plutôt dans le sens de l'idéologie exprimée par Menzies et Gasse (1999) selon laquelle l'enseignement entrepreneurial favorise la créativité, l'innovation et accroît la capacité de l'étudiant de travailler dans un esprit d'équipe.

B. Méthodes d'enseignement

Les universités ont recours à diverses méthodes pour atteindre les objectifs et remplir les énoncés de mission de l'enseignement entrepreneurial décrits par Menzies et Gasse (1999). Le M.B.A. en entrepreneurship de l'**Université de Calgary** fait appel au coenseignement; les universitaires et les praticiens concernés prennent tous deux part à la prestation des cours facultatifs en entrepreneurship. Un certain nombre de ces cours incluent un apprentissage expérientiel. La **London School of Business**, la **Swinburne University**, la **Vaxjo University** et la **Durham University** font aussi appel à une combinaison d'apprentissage expérientiel et de formation théorique. Il existe différentes façons d'incorporer l'apprentissage expérientiel au programme d'enseignement entrepreneurial. Par exemple, au cours de la première année d'études, le **Babson College** exige des étudiants qu'ils se joignent à une équipe d'étudiants et qu'ils créent, exploitent et liquident une entreprise, avec le prêt de démarrage de 3 000 \$ que leur accorde le Babson College. Mentionnons aussi comme exemple la manière dont l'University of Washington enrichit les cours et les exposés en offrant un apprentissage pratique et un apprentissage expérientiel au moyen d'études de cas, d'une série de conférences sur l'entrepreneurship dans le domaine de la haute technologie, de concours d'études de cas,

du Club du programme d'entrepreneurship et d'innovation (PEI), de création d'entreprises, de travail de consultation auprès d'entreprises véritables et de mentorat. De même, le programme de majeures de l'**University of Southern California** enrichit les cours magistraux destinés à l'ensemble des étudiants au moyen de petits ateliers et séminaires, des discussions « au coin du feu » et d'activités de formation de réseaux.

C. Conception

La façon de faire habituelle, en ce qui a trait à l'élaboration d'un programme d'entrepreneurship, c'est d'offrir en premier lieu un seul cours auquel viendront ensuite se greffer d'autres cours pour former un programme (Menzies et Gasse, 1999 : 24). Ces cours peuvent être conçus en fonction des secteurs qui englobent des connaissances en entrepreneurship. Menzies et Gasse (1999 : 7) divisent la connaissance entrepreneuriale en trois étapes différentes : orientation et sensibilisation; création de nouvelles entreprises; et survie et croissance des entrepreneurs actuels.

Hills (1988) partage le point de vue de Menzies et Gasse (1999) pour ce qui est de l'élaboration d'un programme basée sur la connaissance entrepreneuriale, et il offre trois modèles pour y arriver. Hills (1988 : 116-117) a relevé trois nouveaux modèles pour un programme d'entrepreneurship. Le premier modèle est appelé *plan d'affaires* parce que les cours d'introduction consistent surtout en un aperçu du plan d'affaires. Toutefois, pour que ce modèle puisse s'intégrer à un programme d'entrepreneurship, les cours doivent graviter autour du plan d'affaires plutôt que d'être axés sur les fonctions commerciales. Le second modèle identifié est appelé *cycle de vie d'une entreprise* parce que ce modèle est lié aux étapes que franchit une entreprise, depuis le moment de sa création. Par exemple, avec ce modèle, on offre des cours sur la planification préalable à la création d'une entreprise, le démarrage de l'entreprise, sa croissance, sa transition, l'élaboration de nouveaux produits et l'intrapreneuriat. Le dernier modèle identifié par Hills (1988 : 117) est appelé *fonctions commerciales*. Ce modèle offre des cours axés sur des questions de gestion comme la formation d'équipes et la gestion de l'innovation ainsi que sur les finances, la fiscalité, le droit et le marketing.

Ces cours peuvent être suivis dans le cadre d'un programme d'entrepreneurship ou venir compléter un enseignement dans une faculté sans lien avec la gestion. Par exemple, Pestolesi (1987 : 68) fournit une liste de cours qui sont en fait des suggestions pour compléter un programme de préparation professionnelle en éducation physique. Dans cette liste, on retrouve des cours comme : *Gestion d'une petite entreprise; comptabilité d'entreprise; promotion du sport et relations publiques; applications informatiques à l'entreprise; principes d'entrepreneurship; droit commercial; relations humaines en affaires; stratégies de marketing et Comment obtenir une aide financière*. Ce besoin d'enseigner l'entrepreneurship dans des facultés sans lien avec la gestion est également signalé par Eekles (1987:266).

Faisant référence à la Faculté du génie, Eekles affirme :

C'est par des gestes concrets que l'entrepreneurship s'apprend le mieux. Il existe de nombreuses possibilités de faire exécuter de menues tâches aux étudiants dans l'industrie, surtout dans les petites entreprises. Grâce à elles, nombre d'étudiants vont développer un goût de l'entrepreneurship qui ne se serait pas manifesté par de simples cours magistraux. [TRADUCTION] (*idem*)

Vawdrey (1987 : 30) se fait l'écho de ce besoin d'apprentissage expérientiel :

L'interaction avec les propriétaires d'entreprises est un élément important de l'enseignement commercial à la fois pour les programmes dispensés en établissement et pour la formation des adultes. En plus d'offrir de l'information sur les réalités associées au fait de posséder une entreprise et d'y travailler, ces personnes sont des modèles de comportement pour les futurs propriétaires d'entreprises. [TRADUCTION] (*idem*)

Les programmes doivent être conçus de manière à favoriser un environnement entrepreneurial si on veut instaurer un programme d'enseignement entrepreneurial. La **London School of Business** a recours à une méthode multidisciplinaire pour favoriser cet environnement entrepreneurial. Cette méthode s'est avérée efficace pour alimenter son programme en entrepreneurship. Plus de 60 % des étudiants admissibles suivent au moins un des cinq cours en entrepreneurship actuellement offerts et plus de 600 places sont comblées chaque année (appendice 4). **L'Université McGill** a aussi adopté une approche

multidisciplinaire face à la création de l'environnement entrepreneurial nécessaire à l'introduction d'un programme d'enseignement entrepreneurial. La Faculté du génie offre une mineure en entrepreneurship technologique (MTE) pour initier les étudiants de premier cycle de la Faculté du génie au concept de l'entrepreneurship technologique et pour stimuler l'intérêt des étudiants envers la poursuite de carrières entrepreneuriales. La Faculté des sciences agricoles et environnementales de McGill offre une mineure en entrepreneurship et un certificat en entrepreneurship. De même, l'**University of Southern California** offre trois cours en entrepreneurship dans le cadre de majeures sans lien avec l'entrepreneurship ou les affaires. Ses autres cours en entrepreneurship sont conçus pour s'intégrer à deux programmes d'entrepreneurship – une majeure au niveau du premier cycle et un programme de deuxième cycle.

Une autre façon d'introduire un programme d'enseignement entrepreneurial consiste, pour un établissement, à imposer certains cours obligatoires et certaines exigences au chapitre de l'entrepreneurship. Par exemple, au cours des deux années d'introduction et de premier cycle général à la **Vaxjo University**, un cours en création d'entreprises est obligatoire. Dans le cours de deuxième cycle sur la création d'entreprises à la Vaxjo University, les étudiants, en groupes de trois, prêtent main-forte à des gens qui lancent « réellement » de nouvelles entreprises, en ce qui concerne des questions qui semblent importantes à ces derniers (p. ex. rédiger un plan d'affaires ou de marketing; faire une analyse de coûts; soutenir le développement du produit). Des exigences obligatoires sont également imposées à l'University of Washington qui offre deux programmes, le *certificat en entrepreneurship* (premier cycle) et la *maîtrise en entrepreneurship* pour les détenteurs d'un M.B.A. et autres étudiants de deuxième cycle. Les étudiants de l'**University of Washington** doivent suivre les cinq cours de base du Programme d'entrepreneurship et d'innovation (PEI), participer au club du PEI, assister à la *série de conférences sur l'entrepreneurship en haute technologie* et s'inscrire au *concours de préparation de plans d'affaires*. Les étudiants de deuxième cycle doivent répondre aux mêmes exigences et ils doivent aussi avoir complété un *projet du réseau de consultation du PEI* au cours de leur première année dans le programme. Les équipes du *projet du réseau de consultation du PEI* sont formées de deux à quatre étudiants à leur première

année au M.B.A., d'un étudiant à sa deuxième année au M.B.A. qui agit comme mentor et d'un expert-conseil professionnel. De même, le projet exige de l'équipe qu'elle aide les entreprises pendant une année dans des domaines comme le marketing, les finances, les opérations, la technologie de l'information et l'élaboration d'un plan d'affaires.

L'**Université de Victoria** a aussi établi des exigences obligatoires pour son programme d'alternance travail-études d'une durée de quatre ans. Les deux premières années ressemblent à la plupart des diplômes en commerce qui offrent un programme d'alternance travail-études; les étudiants doivent suivre des cours généraux en commerce. Au cours de la troisième et de la quatrième année, le programme met l'accent sur l'entrepreneurship et sa mise en application concrète grâce à l'élaboration d'un portfolio d'entrepreneurship et à l'acquisition d'une expérience de travail coopérative.

On fait appel à deux autres méthodes pour favoriser un environnement entrepreneurial. La **London School of Business** favorise ce type d'environnement en offrant des cours d'été en entrepreneurship. Ces cours sont conçus pour aborder tous les aspects de l'entrepreneurship avec une approche « d'apprentissage par l'action ». Les cours sont étalés sur neuf semaines et ils incluent la gamme complète des sujets reliés au démarrage d'une entreprise, depuis la mise à l'essai et l'évaluation des propositions jusqu'à l'élaboration et la mise en œuvre d'un bon plan d'affaires, en passant par la recherche d'investisseurs. Une série d'ateliers hebdomadaires sont présentés tout au long de la période de cours et une aide est offerte par l'intermédiaire des professeurs et de la Foundation for Entrepreneurial Management. Le **Babson College** offre un autre exemple de programmes novateurs conçus pour favoriser un environnement entrepreneurial. Le programme d'enseignement du Babson College est conçu avec l'aide de chefs d'entreprise d'un peu partout au pays. Autre exemple, celui de la **Stirling University** qui a fusionné son Département de l'entrepreneurship avec celui du management et de l'organisation en août 2000. De nombreux programmes d'entrepreneurship prestigieux mettent l'accent sur l'apprentissage expérientiel. Le programme d'entrepreneurship de l'**Université de Victoria**, au Canada, met l'accent sur la nécessité d'acquérir de l'expérience dans les éléments clés du programme. Le premier élément du programme

exige une expérience de seize mois qui commence par un semestre de base comprenant cinq cours regroupés en un seul, suivi d'un stage de huit mois et ensuite soit d'une session universitaire dans une spécialisation ou d'un échange international. Le second élément du programme exige un apprentissage expérientiel qui donne lieu à la production d'un portfolio individualisé d'activités entrepreneuriales personnelles. En troisième lieu, l'accent est mis sur le développement cognitif plutôt que sur la notation et il en est tenu compte dans la conception du programme. Finalement, le dernier élément clé est que « nous [l'Université de Victoria] offrons un système d'amélioration de l'expertise "en apprentissage continu" (scénarisation experte). » [TRADUCTION] (McMullan et Gillin, 1998 : 21-22)

L'**Université de Calgary** est aussi de celles qui mettent l'accent sur l'apprentissage expérientiel.

Toute l'opération reposait sur les activités en milieu de travail que réalisaient les étudiants pour des entreprises communautaires. Les étudiants au M.B.A. estimaient qu'ils apprenaient davantage de projets réels fournis par des entreprises locales que des traditionnels cas écrits. [TRADUCTION] (McMullan et Gillin, 1998 : 6)

L'importance qu'on y a accordée fut essentielle à la mise sur pied du M.B.A. en développement d'entreprises à l'Université de Calgary.

La première proposition (1986) de M.B.A. en entrepreneurship a été rejetée parce qu'on l'a considérée trop radicale. Il fallait une équipe formée de membres du corps professoral pour préparer le terrain à un programme d'entrepreneurship et mettre au point le programme d'enseignement. On y est arrivé en élaborant une vision pour le programme, en faisant la preuve que l'entrepreneurship était une option de programme crédible, en obtenant un soutien politique à l'intérieur de l'université pour s'assurer que le programme serait convenablement financé et doté en personnel et en s'engageant à voir le programme convenablement mis en œuvre, révisé et remis en œuvre (s'il y a lieu). [TRADUCTION] (McMullan et Gillin, 1998 : 23-24)

L'équipe de base a estimé que l'intégration du programme devait se faire par l'entremise du coenseignement, en se basant sur l'apprentissage expérientiel.

De même, l'apprentissage expérientiel est aussi un objectif du programme de maîtrise en Innovation dans l'entreprise à la Swinburne University of Technology de l'Australie. Fait intéressant, ce programme est offert à l'intérieur de la Faculté du génie. Avec ce modèle, le profil du corps professoral présente aussi un intérêt particulier puisqu'il intègre l'apprentissage expérientiel grâce à un modèle d'enseignement expérientiel. On retrouve cinq professeurs permanents à plein temps ayant

des titres et compétences en marketing, en finances, en fabrication, en comportement organisationnel et en stratégie. Bien que l'un d'eux soit strictement un universitaire, les quatre autres ont de l'expérience en création d'entreprises (praticiens universitaires). Les ressources pédagogiques proviennent également de praticiens ayant remporté du succès dans le domaine et qui ont des titres de compétences universitaires acceptables (universitaires praticiens) et de praticiens chevronnés n'ayant qu'un grade. [TRADUCTION] (McMullan et Gillin, 1998 : 23-25)

L'établissement qui souhaite offrir des études en entrepreneurship doit aussi répondre à une autre question clé soit, où les intégrer. Il existe deux endroits où il est courant que les cours en entrepreneurship débutent. L'un d'eux est au département de l'éducation permanente ou de la planification communautaire et l'autre est au sein d'un Centre d'entrepreneurship semi-autonome qui peut élaborer un programme d'enseignement en toute indépendance (Clayton, 1989 : 12). Toutefois, plus souvent qu'autrement, les cours en entrepreneurship se donnent à la Faculté du commerce. Cinquante-deux des soixante-dix-sept universités canadiennes offrent des cours de premier cycle en entrepreneurship par l'entremise de leur Faculté du commerce. Seize des universités offrent un enseignement entrepreneurial de premier cycle au sein de la Faculté du génie (Menzies et Gasse, 1999 : 5).

Un débat est en cours à savoir si l'enseignement entrepreneurial devrait ou non être dispensé à la Faculté du commerce.

Les étudiants universitaires en commerce croient maintenant en l'utilité générale du modèle de l'école de commerce. Tout nouveau programme d'entrepreneurship offert dans une école de commerce doit habituellement lutter contre les traditions bien établies, les intérêts directs et les règles établies de la connaissance requise. Dans certains cas, même les enseignants en entrepreneurship qui ont fonctionné pendant toute leur carrière dans une école de commerce traditionnelle peuvent résister aux nouveaux modèles d'enseignement. En conséquence, il se peut qu'il soit plus efficace d'élaborer des programmes d'entrepreneurship hors des écoles de commerce qu'à l'intérieur de celles-ci. [TRADUCTION] (McMullan et Gillin, 1998 : 23)

Les obstacles à l'enseignement entrepreneurial ne sont pas propres à une faculté; ils sont plutôt intégrés à la structure universitaire. Lorsqu'ils discutent du programme d'enseignement avec leurs collègues,

de nombreux recteurs, semble-t-il, ont perdu tout espoir de changer le programme universitaire, à la fois par manque de temps et parce qu'il y a des réticences à le modifier. Et pourtant les programmes universitaires des collèges et universités changent effectivement – en réaction aux pressions disciplinaires et sociales, aux intérêts changeants des facultés et en réaction, parfois, à l'évolution des intérêts et des besoins des étudiants. Ce qu'ils n'ont pas tendance à faire, c'est de changer une mode cohérente qui reflète la mission de l'institution qui les accueille. [TRADUCTION] (Wood, 1990 : 51)

Gibb (1987 : 17) fait remarquer que pour déterminer si une institution peut intégrer l'entrepreneurship dans son programme, il faut voir sur quoi elle concentre actuellement l'apprentissage. Un programme entrepreneurial exige qu'on mette l'accent sur :

- l'avenir plutôt que le passé;
- la créativité plutôt que l'analyse critique, l'introspection plutôt que le savoir;
- la compréhension active plutôt que la compréhension passive;
- l'émotivité plutôt que l'absolu détachement;
- la manipulation des événements plutôt que la manipulation des symboles;

- la communication personnelle et l'influence plutôt que la communication écrite et la neutralité;
- le problème ou l'occasion plutôt que le concept.

D. Corps professoral

Pour pouvoir introduire un tel curriculum, il faut que le corps professoral l'appuie. Il faut démontrer à chacun des membres du corps professoral les avantages de l'entrepreneurship avant de les amener à s'enthousiasmer (Bennett, 1983 : 52). Louis (1989 : 127) fait remarquer que la tâche n'est pas facile puisque « la plupart des groupes universitaires n'élaborent pas de normes susceptibles d'encourager les multiples formes d'entrepreneurship. » [TRADUCTION] (*idem*) Weaver (1993 : 90) prétend que pour combler l'écart entre les organisations universitaires et les entrepreneurs, il faut sensibiliser les gens aux obstacles, notamment le coût associé au fait d'avoir tort, le besoin de justification et la réputation acquise. Cette sensibilisation doit aller de pair avec une volonté de prendre des risques et être combinée à des compétences en résolution de problèmes, en communication et en travail d'équipe pour pouvoir établir un lien fructueux entre le secteur universitaire et le secteur des affaires. Les profils des enseignants qui favorisent un environnement entrepreneurial doivent être établis conjointement avec le thème de la combinaison d'un apprentissage expérientiel et pratique, comme on l'a indiqué précédemment. Le corps professoral de la **Cranfield University** qui s'occupe d'enseigner l'option *Intégration des entreprises* consiste en dix personnes ayant divers niveaux de compétences universitaires et professionnelles. Le **Babson College** compte, au total, un effectif de 30 enseignants affectés à l'enseignement de l'entrepreneurship qui combinent leur savoir et leurs réalisations sur le marché dans leur enseignement. À la **Swinburne University of Technology**, l'essentiel du corps professoral (permanent) équivaut à cinq professeurs permanents à plein temps ayant des titres de compétences en marketing, en finances, en fabrication, en comportement organisationnel et en stratégie. Bien que l'un d'eux soit strictement un universitaire, les quatre autres ont de l'expérience en création d'entreprises (praticiens universitaires). Les ressources pédagogiques consistent également en praticiens ayant remporté du succès

dans leur domaine et qui ont des titres de compétences universitaires acceptables (universitaires praticiens) et en praticiens n'ayant qu'un grade qui connaissent du succès.

L'**Université de Calgary** compte de nombreux professeurs dont les titres de compétences vont bien au delà du milieu universitaire et professionnel. Cette combinaison d'expérience universitaire et d'expérience réelle a un impact immédiat sur la classe : les expériences courantes et les innovations du monde des affaires sont immédiatement mises à la disposition des étudiants. Le recours fréquent à des conférenciers invités permet un meilleur ancrage dans les pratiques commerciales courantes. Le corps professoral de l'**University of Durham** offre aussi un équilibre entre d'une part l'effectif universitaire et d'autre part l'expérience et les possibilités commerciales. À l'**University of Southern California**, on retrouve huit enseignants; deux sont des universitaires et six ont de solides titres de compétences universitaires jumelés à une vaste expérience comme entrepreneurs. La **Wharton School of Business** compte plus de 20 professeurs et praticiens qui donnent des cours aux étudiants de premier et de deuxième cycle. Ils servent aussi de guides pour les initiatives de tout un éventail d'entrepreneurs allant d'élèves du niveau secondaire à des cadres supérieurs. Parmi les 20 membres du corps professoral, quatre sont des professeurs permanents et les autres ont divers niveaux de reconnaissance universitaire et professionnelle. À l'**University of Washington**, le corps professoral du PEI, qui a la responsabilité de mettre en œuvre les programmes d'entrepreneurship, se compose de 23 personnes. Parmi elles, douze sont des instructeurs ayant des titres de compétences universitaires et onze détiennent un Ph.D., cinq d'entre eux ont de l'expérience dans le secteur privé et un autre a une vaste expérience personnelle en création d'entreprises.

La réticence du corps professoral a été cernée comme étant un obstacle majeur à l'introduction de l'enseignement entrepreneurial dans l'environnement universitaire. Un certain nombre de méthodes peuvent permettre de venir à bout de cette réticence. Le Comité des collèges de l'Atlantique pour le développement entrepreneurial (CCADE) a mis au point un modèle (appendice 15) d'atelier de perfectionnement professionnel qui permet aux instructeurs de comprendre en quoi consiste un environnement

d'apprentissage entrepreneurial et comment on peut le créer dans une classe. La conception de l'atelier repose sur la méthodologie d'enseignement. Elle inclut l'enseignement traditionnel, une possibilité d'introspection, un apprentissage assuré par l'apprenant (panel d'étudiants), un apprentissage assuré par des praticiens (*Dining with Dynamo's* – des étudiants qui sont devenus des entrepreneurs qui remportent du succès), un échange de pratiques exemplaires concernant des méthodes d'enseignement entrepreneurial, une discussion sur la réticence possible des étudiants et une discussion ouverte sur la perspective de créer un environnement d'apprentissage entrepreneurial. L'atelier, offert en français comme en anglais, a été considéré comme un succès dans l'environnement collégial et, avec quelques modifications, il pourrait offrir un potentiel de succès dans l'environnement universitaire.

Dunn (1990) offre aussi un modèle pour aider à surmonter la résistance du corps professoral. Son modèle comporte la participation du corps professoral au processus de décision qui émerge lorsque l'entrepreneurship est intégré à la structure universitaire.

Un bon comité, avec le leadership direct ou indirect du recteur de l'université, peut établir un consensus sur les secteurs où il conviendrait de concentrer des efforts dans l'avenir. Il peut compléter les gestes du recteur en constituant sa propre équipe, en rehaussant les normes relatives à la permanence, en cherchant à obtenir des nominations clés de membres du corps professoral, en utilisant le processus budgétaire pour canaliser des ressources et en levant des fonds pour les programmes d'intérêt spécial. [TRADUCTION] (Dunn, 1990 : 27)

Il permettra en outre de réduire au minimum l'opposition et les conflits en donnant aux gens de l'institution l'impression qu'ils sont inclus dans les changements et dans le processus de prise de décisions (*idem*). Weaver (1993) développe ce modèle en y ajoutant la composante des centres d'entrepreneurship universitaires.

E. Centres d'entrepreneurship

Weaver (1993 : 91) soutient que les centres installés dans les universités doivent tenter de combler les lacunes et de faire disparaître les idées fausses qui séparent les universitaires et les entrepreneurs en établissant des critères pour le programme, notamment :

- aider les étudiants à développer une imagination créatrice dans plusieurs disciplines et la capacité de régler des problèmes;
- encourager les activités d'enseignement « non traditionnelles » et la collaboration avec ses collègues de la faculté;
- multiplier les occasions de stages, d'acquisition de compétences en consultation et d'expériences liées à différents modes d'apprentissage pour les étudiants;
- aider à mettre au point des cours en entrepreneurship, en créativité, en innovation et d'autres cours dans des domaines connexes.

Une fois les universitaires et les entrepreneurs sur la même longueur d'ondes et le programme d'enseignement en entrepreneurship intégré, il existe des repères pour mesurer l'entrepreneurship dans le contexte universitaire. Vesper (1988 : 3) établit les repères suivants : publications de recherche et secteurs d'intérêt; cours offerts; inscription aux cours et prix décernés dans ce domaine. L'ampleur des progrès réalisés au chapitre de l'entrepreneurship dans un tel domaine est directement reliée à la mesure à laquelle on réussit à orienter vers l'entrepreneurship les repères identifiés.

Ces centres peuvent s'investir à divers degrés dans la création d'un environnement propice à l'enseignement de l'entrepreneurship. Le Centre d'entrepreneurship de la **Stirling University** est parmi ceux qui prennent une part active à la création d'un tel environnement. Ce Centre voit à la mise en œuvre de tout le programme d'entrepreneurship de l'université. C'est aussi le cas du Australian Centre for Entrepreneurship and Innovation (ACEI) de la **Swinburne University**. Le corps professoral de l'ACEI supervise les candidats au Ph.D.; il élabore les études de cas, le matériel pédagogique et le curriculum dans le but de favoriser les programmes d'enseignement entrepreneurial et il donne des cours sur la façon de faire de la recherche

en entrepreneurship. Les cours donnés à l'**University of Southern California** sont aussi dispensés par l'intermédiaire du Centre d'entrepreneurship qui porte le nom de Lloyd Greif Centre for Entrepreneurial Studies.

Le Dobson Centre for Entrepreneurial Studies de l'**Université McGill** est un autre exemple de centre qui s'occupe activement de favoriser un environnement entrepreneurial. La mission du Centre consiste à enseigner de même qu'à promouvoir et à favoriser les activités entrepreneuriales fructueuses à McGill et dans la collectivité des affaires. Le Dobson Centre for Entrepreneurial Studies décerne en outre quatre bourses de 500 \$ qui encouragent l'entrepreneurship. D'autres centres offrent une aide financière/des stimulants aux étudiants. Le Programme d'entrepreneurship et d'innovation (PEI) est le centre de l'**University of Washington** où se dispense l'enseignement en entrepreneurship et où se déroulent les activités de recherche, d'innovation et d'intervention directe. C'est ce Centre qui exécute les programmes du PEI et qui coordonne les autres activités auxquelles les étudiants du PEI doivent normalement participer. La plus notable d'entre elles est peut-être le concours de plan d'affaires de l'UW qui offre un grand prix de 35 000 \$US.

Comme dernier exemple de Centre qui participe activement à la création d'un environnement entrepreneurial, mentionnons l'International Consortium for Venture Expertise. Conjointement avec l'**Université de Victoria**, ce Centre a contribué à l'élaboration du programme d'enseignement en entrepreneurship – *The Venture Ready Model*. Il offre un soutien aux étudiants et met au point de nouveaux programmes adaptés aux besoins des gens qui sont à mi-carrière et des enseignants du niveau secondaire. De plus, il offre chaque année un atelier à l'intention des éducateurs en entrepreneurship.

Le Centre for Family Business Management and Entrepreneurship de l'**Université de Calgary** est de ceux qui favorisent modérément l'environnement entrepreneurial. Ce Centre parraine un certain nombre d'activités, notamment :

- une série de conférenciers invités;
- l'élaboration et la prestation de programmes éducatifs;

- l'amélioration de l'enseignement, basée sur des cours;
- des subventions pour des projets étudiants, la rédaction d'études de cas;
- l'exécution, l'encouragement et le soutien de la recherche appliquée fondamentale;
- la prestation d'un service d'information sur les ressources;
- des projets conjoints avec l'Université de l'Alberta et des partenariats de création d'entreprises familiales.

Comme autre exemple de ce genre de Centre, mentionnons le Centre d'entrepreneurship du INSEAD qui, en collaboration avec le corps professoral du secteur de l'entrepreneurship du **INSEAD** et de la **London School of Business**, a lancé le *concours annuel européen de plan d'affaires de l'année*. Son objectif consiste à favoriser l'enseignement de l'entrepreneurship dans les écoles de commerce d'un peu partout en Europe et à stimuler la création de nouvelles entreprises commerciales. Il a regroupé des équipes d'étudiants en provenance des grandes écoles de commerce et universités d'Europe pour qu'ils présentent et défendent une idée et un plan d'entreprise à une équipe de juges dont la plupart proviennent des entreprises commanditaires.

Le Centre d'entrepreneurship Arthur M. Blank du **Babson College** est un exemple de centre qui favorise dans une moindre mesure l'environnement entrepreneurial. Il fournit des locaux pour la recherche et des espaces à bureaux pour le corps professoral, les étudiants de Babson et les chercheurs invités; des espaces pour archiver les documents de la recherche dans le domaine de l'entrepreneurship; des espaces où sont mis en évidence des entrepreneurs, des événements et des réalisations du domaine de l'entrepreneurship; ainsi qu'une salle de 40 places pour l'apprentissage à distance.

F. Autres moyens de favoriser l'entrepreneurship

L'existence d'un réseau d'entrepreneurs sur le campus est aussi une façon de favoriser un environnement entrepreneurial. Par exemple, le Club d'entrepreneurship de la **Wharton School of Business** permet d'enrichir l'expérience entrepreneuriale acquise à l'école en établissant des réseaux internes et externes fortement soutenus par l'école et par la

collectivité. Ce Club est la toute première ressource constituée en réseau de l'université à faire la promotion d'activités entrepreneuriales chez les étudiants, les anciens et les chercheurs qui démarrent de nouvelles entreprises, qui y travaillent ou qui les conseillent dans un contexte de forte croissance.

L'**Université McGill** favorise un environnement entrepreneurial en offrant des bourses qui encouragent l'entrepreneurship. Le Schulich Award for Entrepreneurship offre un prix de 1 000 \$ à un étudiant qui entreprend la première année de son M.B.A. à l'École d'administration de McGill. Une bourse de 5 000 \$ de l'Association canadienne de technologie de pointe (CATA) est aussi décernée pour encourager l'entrepreneurship, le leadership, l'innovation et la recherche effectuée par des étudiants. Le prix est décerné à un étudiant de la School of Computer Science. Des bourses sont accordées pour l'excellence dans les travaux de recherche effectués par des étudiants de deuxième cycle dans les domaines de l'aérospatiale, de l'informatique/du génie logiciel, de l'électronique/la fabrication de pointe, du marketing de la haute technologie ou des télécommunications.

Certaines écoles japonaises, non incluses dans nos modèles de programmes, offrent des mesures d'encouragement à la création d'entreprises. Ces écoles investissent certaines sommes conjointement avec des sociétés financières d'innovation. La Hokkaido University, premier établissement à le faire, a mis sur pied son « Hokudai Ambitious Fund » en janvier, cette année. Avec l'aide d'un certain nombre de sociétés d'investissement en capital de risque et de maisons de courtage, ce fonds a déjà investi près de 500 millions de yens (4,3 millions de dollars canadiens). L'investissement cible les entreprises à risque, nouvelles et bien établies, qui ont été démarrées et qui sont gérées par des chercheurs, des étudiants universitaires et des anciens élèves. Selon le mode de fonctionnement de la Hokkaido University, cette dernière repère les activités qui ont des chances de réussir comme entreprises et les sociétés financières d'innovation évaluent leur faisabilité avant de décider d'investir dans celles-ci (<http://jin.jcic.or.jp/trends98/honbun/ntj970708.html>).

L'University of Tsukuba et le Tama Institute prévoient aussi des fonds d'investissement qui visent à soutenir des entreprises commerciales. Le plan du Tama Institute comportera une recherche d'idées commerciales à l'extérieur de l'école; l'école servira ensuite d'intermédiaire pour canaliser les investissements dans le démarrage d'entreprises. Les sociétés commerciales et autres entreprises privées qui participent au programme vont soutenir les nouvelles entreprises après que l'école aura sélectionné les idées les plus prometteuses et contribué à dresser un aperçu de l'entreprise au profit des bénéficiaires de l'investissement (<http://jin.jcic.or.jp/trends98/honbun/ntj970708.html>).

G. Bureaucratie

La bureaucratie de nombreuses universités peut faire obstacle à l'adoption d'un programme d'entrepreneurship.

Si auparavant, la réaction à une idée était de demander à son auteur de l'étoffer et de la présenter dans le cadre du processus budgétaire annuel, la réaction actuelle a été de se demander pourquoi l'auteur de la proposition gaspillait son temps à obtenir des approbations plutôt que de la présenter directement à une fondation ou un organisme.
[TRADUCTION] (Dunn, 1990 : 30)

Il faut réduire la paperasserie administrative et alléger le processus bureaucratique habituel si on veut créer un environnement entrepreneurial; ainsi, l'administration doit apprendre à faire confiance au corps professoral et à lui donner des pouvoirs pour qu'il puisse y arriver. Toutefois, cette perspective semble improbable parce qu'elle sous-entend une remise en question de la hiérarchie dans laquelle fonctionne la structure universitaire. Un doyen n'autorisera jamais le corps professoral à ne rendre aucun compte et il ne s'écartera pas non plus du processus (Dunn, 1990 : 30).

Wholihan (1989 : 194) en dit un peu plus sur ce problème en soutenant qu'il y a rarement un leadership entrepreneurial sur les campus parce que les doyens peuvent contenir l'esprit entrepreneurial.

Les membres du corps professoral qui sont soit actifs comme entrepreneurs ou qui ont des qualités de leader dans le domaine de l'entrepreneurship ne sont pas intéressés à

devenir des doyens lorsqu'il y voient un poste de nature bureaucratique et administrative. Et même si un tel doyen devait émerger, il est peu probable qu'il aurait le soutien de la haute direction. [TRADUCTION] (*idem*)

Cette mentalité est contestée par Louis (1989 : 120) qui affirme « que le soutien administratif de l'université a peu d'incidence sur l'entrepreneurship ». [TRADUCTION]

En dépit de l'argument de Louis (1989), plusieurs mesures relevées par Wholihan (1989 : 196-197), en ce qui a trait au niveau de responsabilité du doyen, peuvent être prises pour promouvoir et encourager l'entrepreneurship au sein d'une université. Ces mesures consistent à communiquer clairement sa détermination en utilisant un langage positif et en le confirmant par écrit. Ensuite, les idées doivent provenir de personnes qui les expriment dans le cadre de séances de partage d'information. Puis, il faut publiciser rapidement les histoires de réussite parce que le succès engendre le succès. Il faut aussi combattre la paperasserie de sorte que la voie menant à l'activité entrepreneuriale soit dégagée et finalement, il faut offrir des récompenses à ceux qui entreprennent des activités entrepreneuriales.

IV. COMMENTAIRES SUR LES MODÈLES ET SUR L'ÉLABORATION DE PROGRAMMES

Les modèles de programmes d'entrepreneurship dont il a été question sont considérés par les experts en entrepreneurship que sont Vesper, Gartner, Menzies et Gasse comme étant les meilleurs programmes universitaires dans ce domaine. Chacun des programmes a été conçu pour répondre aux besoins de l'université où il est dispensé. Bien que l'adoption d'un programme complet puisse être efficace dans certains cas, ce n'est peut-être pas toujours le cas. Il se peut qu'un programme complet ne soit pas transférable en entier à des universités qui exercent leurs activités dans des contextes économiques et culturels différents ou qui ont une clientèle étudiante différente et un corps professoral ayant des besoins différents. Comme nous l'avons indiqué dans l'examen de la littérature effectué pour le présent projet, la recherche actuelle donne à penser que l'examen, par l'université,

des influences externes et internes a des répercussions directes sur l'adoption du programme d'entrepreneurship et son succès.

Vesper et Gartner (1997 : 405-407) affirment qu'il est tout aussi important d'évaluer le niveau des programmes d'entrepreneurship utilisés pour répondre au besoin entrepreneurial. Ils offrent des repères pour évaluer les programmes à l'aide de quatre grands critères. Ce sont : 1) les titres de compétences du corps professoral; 2) la variété et l'importance du programme d'études en entrepreneurship; 3) les normes de l'université et les notes des étudiants; et 4) la qualité et les compétences des ressources. Lorsqu'on tente de sélectionner un modèle qui répond au besoin entrepreneurial d'une université en particulier, si on juge peu raisonnable ou peu réaliste d'adopter un programme complet, ces critères peuvent être tout aussi efficaces pour évaluer et sélectionner les composantes optimales d'un programme d'entrepreneurship particulier. Cela ne veut pas dire que les succès ne peuvent se reproduire. Liston et Swanson (2001 : 25), dans leur étude sur la reproduction de programmes novateurs dans le réseau de collèges communautaires des États-Unis, ont constaté que « la répétition est un moyen efficace que peuvent utiliser les petits collèges pour créer des programmes efficaces dans leur région. » [TRADUCTION] Ils affirment aussi que l'adaptation d'un programme pour répondre aux besoins dans un autre contexte peut se révéler tout aussi efficace.

La majorité des programmes inclus dans l'étude sont des programmes de deuxième cycle et la plupart ont été élaborés pour répondre aux besoins d'une université en particulier. Ainsi, il semblerait que la meilleure méthode à utiliser pour mettre en œuvre un programme d'entrepreneurship dans les universités du Canada atlantique consisterait peut-être à adapter divers éléments d'un certain nombre de programmes. De même, il se peut que chaque université crée son propre modèle en sélectionnant les « pratiques exemplaires » qui répondent à ses besoins et qui lui permettent d'atteindre ses objectifs. L'autre solution consisterait à créer un modèle générique qui réponde aux exigences fondamentales de toutes les universités de l'Atlantique, mais qui ne répondrait pas aux besoins précis de chacune d'elles. L'équipe de recherche privilégie le premier choix, soit

créer des modèles à partir des pratiques exemplaires qui répondent aux besoins précis et à l'environnement unique de chaque école.

Pour faciliter l'élaboration d'un modèle, le tableau suivant résume les pratiques exemplaires et présente l'information, étape par étape, dans le but de répondre à des besoins précis. Selon Lois Stephenson (1996 : 22), un programme de développement de l'entrepreneurship doit suivre cinq grandes étapes :

- sensibilisation et promotion de l'entrepreneurship;
- orientation et éducation en matière d'entrepreneurship (stimuler l'apprentissage);
- améliorer les services de soutien (accès aux services de counselling des entreprises et de formation);
- établir des réseaux;
- soutenir la recherche et la diffusion de l'information sur l'entrepreneurship.

Bien que ces étapes de la mise en œuvre aient surtout été orientées vers le développement de l'entrepreneurship, elles sont, dans la plupart des cas, transférables à l'élaboration d'un modèle d'enseignement entrepreneurial. Le tableau suivant tient compte de ces étapes, modifiées au minimum, pour résumer les pratiques exemplaires selon un ordre logique, selon les circonstances qui s'appliquent. Il ne se veut pas un modèle de mise en œuvre mais plutôt un guide susceptible de faciliter la sélection des divers éléments qui permettront de créer un modèle réaliste et unique en fonction des besoins de chaque université.

TABLEAU 1 : EXEMPLES DE SÉLECTIONS POUR L'ÉLABORATION DE MODÈLES

Besoin à combler	Pratique répondant à ce besoin
Sensibilisation et promotion	Désigner un champion de l'enseignement entrepreneurial : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Selon Theresa Menzies, il est essentiel, si on veut élaborer un programme efficace, d'avoir, au sein du corps professoral, un champion du programme, et plus son niveau est élevé (recteur, doyen), plus il sera efficace. Le champion peut assurer un leadership

	<p>lorsqu'il faut faire accepter et soutenir les programmes d'entrepreneurship.</p> <p>Établir une vision et/ou un énoncé de mission pour le programme afin de sensibiliser les gens à ses buts et objectifs.</p> <p>Communiquer sa détermination à réaliser le programme.</p> <p>Mettre au point des présentations pour expliquer ce que chacun peut en retirer (WIFFM) – Ces présentations peuvent porter sur des aspects susceptibles d'intéresser les recteurs d'université, l'administration, les professeurs et les étudiants, notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ la demande accrue de diplômés de l'enseignement entrepreneurial; ➤ la demande accrue provenant d'étudiants dans ce type de programmes; ➤ la possibilité d'attirer un financement du secteur privé; ➤ l'augmentation des inscriptions; ➤ les résultats d'un renforcement des compétences entrepreneuriales comme la motivation accrue et l'efficacité personnelle chez les étudiants, etc.
<p>Orientation en matière d'entrepreneurship - le peu d'intérêt et de sensibilisation à l'égard des retombées du développement de l'entrepreneurship au sein du corps professoral</p>	<p>Modèle d'ateliers de perfectionnement professionnel du CCADE qui visent à mieux faire comprendre aux professeurs/éducateurs en quoi consiste un environnement d'apprentissage environnemental et à expliquer comment le créer dans une classe, quelles méthodes s'appliquent le mieux à l'enseignement de l'entrepreneurship et à quelle réticence il faut s'attendre de la part des étudiants et autres personnes (voir l'appendice 15).</p> <p>Faire participer les membres du corps professoral au processus décisionnel lié à l'adoption de l'entrepreneurship dans la culture universitaire.</p> <p>Évaluer et récompenser les professeurs de manière à soutenir le développement des compétences en entrepreneurship et le mode de pensée qui y est associé.</p>
<p>Éducation en matière d'entrepreneurship - Méthodes d'enseignement</p>	<p>Pour les compétences de base en affaires – les méthodes traditionnelles fonctionnent (p. ex. exposés et études de cas).</p> <p>Pour l'acquisition des compétences et des caractéristiques</p>

<p>Conception du programme avec des ressources professorales limitées</p>	<p>d'un entrepreneur – l'apprentissage expérientiel est recommandé.</p> <p>Incorporer le recours à des simulations, des études de cas, des séries de conférences, un placement professionnel de type coopératif/mentorat, des conférenciers invités, des concours d'études de cas/de plans d'affaires.</p> <p>Élaborer lentement le programme en introduisant un cours à la fois.</p> <p>Mettre au point un cours s'adressant à l'ensemble des facultés et visant à développer les compétences fondamentales et les caractéristiques requises de même qu'à sensibiliser les gens aux avantages de l'entrepreneurship.</p> <p>Chercher un parrain dans le secteur privé (p. ex. Lloyd Greif Centre, Dobson Foundation) pour l'élaboration du programme.</p>
<p>Conception du programme avec des ressources suffisantes</p>	<p>(Tout ce qui précède s'applique aussi.)</p> <p>Incorporer un programme complet bien adapté aux objectifs et à l'environnement de l'université.</p> <p>Utiliser une combinaison d'universitaires, de praticiens universitaires et d'universitaires praticiens pour accroître l'apprentissage expérientiel, à la fois pratique (application concrète) et vicariant (partage d'expériences).</p> <p>Instaurer des composantes/cours obligatoires qui sont des cours généraux du programme d'entrepreneurship.</p> <p>Offrir des cours d'été aux étudiants et autres intéressés.</p>
<p>Où offrir le programme</p>	<p>Des programmes d'entrepreneurship peuvent être mis sur pied pour pouvoir s'étendre à plusieurs disciplines; un cours général visant à aider tous les étudiants à acquérir des compétences entrepreneuriales et à mieux comprendre et évaluer les possibilités qui s'offrent à eux dans la mise en application de leur éducation.</p> <p>Pour nombre des modèles, on a sélectionné la Faculté du commerce pour dispenser le programme, mais d'autres ont choisi le génie ou une autre discipline. Le facteur clé à</p>

<p>Activités entrepreneuriales</p>	<p>privilégier est l'intérêt, la connaissance, le soutien et la détermination du corps professoral à intégrer le programme.</p> <p>Clubs exploités par des étudiants, concours, simulations, activités pratiques de counselling/planification d'entreprise (voir la Wharton School of Business et l'University of Washington)</p>
<p>Améliorer les services de soutien</p>	<p>Mettre sur pied des Centres d'entrepreneurship.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Selon Theresa Menzies, pour mettre sur pied un programme d'entrepreneurship solide, il est essentiel de mettre un centre d'entrepreneurship à la disposition des étudiants, du corps professoral et des membres de la collectivité. <p>Il peut s'agir de centres installés dans la collectivité – des gens d'affaires et des entrepreneurs locaux, des conseillers auprès des entreprises et des entrepreneurs qui ont du succès offrent leurs services et leur expertise aux étudiants en entrepreneurship (voir - Université de Calgary – Centre d'entreprises familiales).</p> <p>Les Centres peuvent être commandités par le secteur privé et offrir un large éventail d'activités aux étudiants (voir le Lloyd Greif Centre de l'USC, le Dobson Centre de McGill, le Barclay's Centre de Durham, le FEM de la London School of Business).</p> <p>Les Centres peuvent offrir des services d'information, des services de counselling ou même élaborer et exécuter le programme complet.</p> <p>Solliciter des commanditaires du secteur privé pour les bourses, les prix des concours, le capital de démarrage d'entreprises, les placements professionnels dans le cadre de programmes d'été ou d'alternance travail-études, les programmes de simulation, etc.</p>
<p>Établir des réseaux</p>	<p>Étendre le service offert par les Centres d'entrepreneurship et y inclure le counselling et la planification d'entreprises au profit des entreprises et entrepreneurs locaux; service dispensé par des étudiants, avec le soutien de professeurs (voir Université de Calgary).</p> <p>Établir des partenariats avec des universités, à la fois les universités locales et celles qui ont des programmes</p>

	<p>d'entrepreneurship bien établis pour partager des pratiques exemplaires, de l'information et des ressources (voir Université de Victoria).</p> <p>Établir des partenariats avec des entreprises du secteur privé – mentorat, parrainage d'activités et de concours (voir INSEAD, Wharton School of Business, University of Southern California Entrepreneurship Venture Management Association)</p> <p>Créer des liens avec des associations locales de gens d'affaires comme la Chambre de commerce, le Board of Trade et les sociétés financières d'innovation afin de soutenir les étudiants qui créent des entreprises. Créer des incubateurs d'entreprises à risque à l'intérieur des Centres d'entrepreneurship ou dans l'environnement universitaire (voir Université de Calgary, Université de Victoria, Wharton School of Business, INSEAD, Swinburne).</p>
<p>Soutenir la recherche et la diffusion de l'information sur l'entrepreneurship</p>	<p>Incorporer la recherche dans les centres d'entrepreneurship (voir Babson College, Université de Calgary, University of Washington).</p> <p>Créer des réseaux avec les universités qui offrent des majeures, des programmes spécialisés et des programmes de deuxième cycle afin d'encourager la recherche sur l'entrepreneurship.</p> <p>Organiser des conférences/ateliers axés sur l'entrepreneurship et l'étude de l'entrepreneurship, ou y assister.</p>

Ce tableau ne se veut pas complet et il ne se veut pas non plus le format à respecter pour élaborer le modèle d'enseignement entrepreneurial à appliquer dans les universités du Canada atlantique. Il se veut plutôt un guide destiné à faciliter le processus d'élaboration de modèles. Pour réussir à mettre au point le modèle d'enseignement entrepreneurial qui produira de bons résultats, il faut s'assurer que le modèle choisi est en harmonie avec la culture, les buts et objectifs, les besoins et les ressources de chaque université. Après avoir entrepris une évaluation approfondie des besoins, les principaux points à régler pour élaborer les programmes sont les suivants :

- désigner un ou plusieurs champions pour le programme;

- élaborer une vision et un énoncé de mission pour le programme;
- communiquer sa détermination à réaliser le programme;
- sensibiliser les gens au programme et à son acceptation;
- favoriser l'orientation/l'éducation à l'entrepreneurship du corps professoral;
- assurer une conception réaliste et holistique du programme en ayant recours aux méthodes d'enseignement les plus efficaces possible, compte tenu des ressources à la disposition du corps professoral;
- mettre au point des activités de soutien;
- créer ou utiliser pleinement les Centres d'entrepreneurship (p. ex. les CUAE);
- établir des réseaux avec d'autres universités, avec des partenaires de la collectivité et avec des organismes de financement.

Dans les appendices, nous décrivons de manière assez détaillée les programmes et leurs composantes pour faciliter la compréhension des types d'initiatives qui fonctionnent bien. Ainsi, on pourra sélectionner les initiatives qui s'harmonisent bien avec la vision qu'on a du développement de l'enseignement entrepreneurial dans les universités du Canada atlantique. L'appendice 16 donne des détails sur le Programme des compétences en gestion mis au point par le CDEE pour l'University College of Cape Breton et l'Université Dalhousie. Ce programme est basé sur le programme de la Swinburne University de l'Australie. Un examen de la mise en œuvre de ce programme et une évaluation de l'élaboration du programme pilote actuellement mis en œuvre à l'Université Memorial de Terre-Neuve peuvent aider à préparer le terrain en vue de l'élaboration d'un modèle efficace, sans « réinventer la roue ».

BIBLIOGRAPHIE

- BENNETT, J. What lies in the future for department chairpersons? In *Educational Record*, 52-55, (1983, Spring).
- CENRERO, R. M., & A. L. WILSON. *Planning responsibly for adult education: A guide to negotiating power and interests*. San Francisco: Jossey-Bass, 1994.
- CLAYTON, G. Entrepreneurial education at the post-secondary level. In *Entrepreneurship and small business: Emerging trends on the Canadian scene, Proceedings of the 6th Annual Conference for the International Council for Small Business-Canada*. Windsor, ON, 1989.
- DUNN, J. Entrepreneurial planning: Tufts University. In *New Directions for Institutional Research*, 65, 23-37, 1990.
- EEKELS, J. Guidelines for engineering teachers concerning educating the engineer for innovative and entrepreneurial activity. In *European Journal of Engineering Education*, 12 (3), 259-270, 1987.
- GIBB, A. Enterprise culture-its meaning and implications for education and training. In *Journal of European Industrial Training*, 11 (2), 3-38, 1987.
- HILLS, G. Variations in university entrepreneurship education: An empirical study of an evolving field. In *Journal of Business Venturing*, 3 (2), 109-123, 1988.
- JAPAN INFORMATION NETWORK. *B is for business: Universities move to boost venture efforts*. Retrieved July 8, 1997 from <http://jin.jcic.or.jp/trends98/honbun/ntj970708.html>.
- LEACH, E., & B. MORTLEY. Entrepreneurial Skills Program (ESP) foundation course framework: putting practice into theory. *The Centre for Entrepreneurship Education and Development (CEED) in cooperation with Dalhousie University and the University College of Cape Breton*, p. 1-88, 2000.
- LISTON, C. D., & L.L. SWANSON. Innovation and replication: Can Community College successes be repeated? In *Rural America*, 16 (2), 20-25, 2001.
- LOUIS, K. S. Entrepreneurs in academe: Exploration of behaviors among life scientists. In *Administrative Science Quarterly*, 34(1), 110-131, 1989.
- MCMULLAN, W.E., & L.M. GILLIN. Developing technological start-up entrepreneurs: A case study of a graduate entrepreneurship program at Swinburne University. In *Technovation*, 18 (4), 275-286, 1998.

- MENZIES, T., & Y. GASSE. *Entrepreneurship and Canadian universities: Report of a national survey of entrepreneurship education*. Retrieved August 23, 2001 from <http://www.bus.brocku.ca/~tmenzies>, 1999.
- STEPHENSON, L. Mise en oeuvre d'une stratégie de promotion de l'entrepreneuriat au Canada : Le cas de la région de l'Atlantique. Paris, France, Organisation de coopération et de développement économiques, 1996.
- VAWDREY, C. (Ed.). The value of entrepreneurial education for all students. In *Business Education Forum*, 41(7), 29-37, 1987,
- VESPER, K., & W. GARTNER. Measuring Progress in Entrepreneurship Education. In *Journal of Business Venturing*, 12(5), 403-421, 1997.
- VESPER, K.H., & W. B. GARTNER *Compendium of Entrepreneurship Programs*. Lloyd Greif Centre for Entrepreneurial Studies, University of Southern California. www.marshall.usc.edu/entrepreneur, 1999.
- VESPER, K. Entrepreneurial Academics-How can we tell when the field is getting somewhere? In *Journal of Business Venturing*, 3 (1), 1-11, 1988.
- WEAVER, M. Two alternative approaches to creating opportunities for entrepreneurial activity: Bridging the divide between academics and entrepreneurs. In *Journal of Creative Behavior*, 27 (2), 89-102, 1993.
- WHOLIHAM, J. Entrepreneurship campus: A personal view based on 25 years in academia. In *Journal of Creative Behavior*, 23(3), 194-197, 1989.
- WOOD, R. Changing the educational program. In *Managing Change in Higher Education* (p. 51-58). *New Directions for Higher Education*, Vol. 18, no. 2, 1990.

APPENDICES

APPENDICE 1 : BABSON COLLEGE

Boston (Massachusetts) États-Unis

Mission/objectifs :

Vous fournir toutes les compétences et une grande partie de l'expérience dont vous aurez besoin pour amorcer une carrière dans le monde des affaires lorsque vous obtiendrez votre diplôme.

Méthode d'enseignement :

Les étudiants doivent, au cours de leurs études, combiner les exposés présentés en classe avec un volet pratique. Au cours de leur première année, les étudiants vont se joindre à une équipe d'étudiants et ils vont créer, exploiter et liquider une entreprise avec le prêt de démarrage de 3 000 \$ que leur consent le Babson College.

Conception :

Le programme d'enseignement, conçu avec l'aide de dirigeants d'entreprises d'un peu partout au pays, est la carte routière de votre carrière. Il peut vous mener là où vous voulez aller. Les trois niveaux – de base, intermédiaire et avancé – du programme vous permettent de maîtriser une somme de compétences et de connaissances avant de passer à des travaux plus complexes et plus avancés. L'enseignement entrepreneurial est offert au premier cycle et au deuxième cycle.

Premier cycle

Au cours des semestres du programme de base, vous suivrez un nombre égal de cours de formation générale et de cours liés aux affaires. Ces onze cours du programme de base vous permettent d'acquérir les compétences et connaissances fondamentales sur lesquelles reposera le reste de votre éducation au Babson College.

Au cœur même des études commerciales se trouve le programme de gestion intermédiaire (IMC). Ce cours d'une durée de trois semestres qui commence normalement pendant votre deuxième année est donné par une « équipe » de professeurs, des spécialistes dans leur domaine respectif, et chaque facette du monde des affaires est mise en interaction avec les autres.

Une fois le niveau intermédiaire terminé, vous allez commencer à établir le plan de votre propre programme d'études. Avec l'aide de la personne qui vous sert de mentor, vous allez concevoir votre « plan d'apprentissage », et vous allez explorer les options - dont les cours, les stages et l'expérience à l'extérieur - qui vont le mieux vous préparer à atteindre vos objectifs professionnels immédiats, à l'obtention de votre diplôme.

Au cours de ces deux derniers semestres, vous personnalisez, étendez et peaufinez vos études commerciales. Votre « plan d'apprentissage » individuel inclut 12 cours choisis à même les cours facultatifs du programme de niveau avancé et d'arts libéraux et au moins une expérience concrète, notamment un stage.

Deuxième cycle

Programme d'études : Entrepreneurship et plan d'affaires électronique
Il s'agit d'une portion spécialisée du cours d'entrepreneurship régulier offert à l'automne 2000. Il s'agit d'un coenseignement dispensé par le professeur agrégé Stephen Spinelli et par Mike Werner du Microsoft.com Lab; 70 % du contenu et des études de cas portent sur le commerce électronique.

Entrepreneurship et Plan d'affaires technologique

Dans cette seconde portion, nouvelle et spécialisée, du cours d'entrepreneurship, 50 % du contenu porte sur le commerce électronique et 50 % sur d'autres sujets liés à la technologie. Le professeur William Bygrave donnera le cours au printemps 2001.

Cours intensifs au choix

Le corps professoral met au point de deux à trois cours facultatifs d'entrepreneurship pour la F. W. Olin Graduate School of Business du Babson College. Les cours facultatifs seront offerts sous forme de cours intensifs de trois jours et les sujets abordés seront vraisemblablement les suivants :

- Alliances stratégiques en entrepreneurship
- Immersion en créativité
- Secteur du capital de risque

Profil du corps professoral :

Au Babson College, 30 enseignants composent le corps professoral de l'entrepreneurship; leurs réalisations universitaires et commerciales sont intégrées à leur enseignement. L'effectif permanent ou occupant des postes menant à la permanence est de 12 universitaires à plein temps détenant des doctorats d'institutions de renommée internationale. Nombre d'entre eux ont créé des entreprises aussi diversifiées que des entreprises de haute technologie et des établissements de vente au détail d'envergure nationale. À ce mélange universitaire, vient s'ajouter une expérience pratique exceptionnelle; 12 membres auxiliaires, ou entrepreneurs, et membres du corps professoral ont fondé des entreprises qui dans certains cas, ont atteint une valeur de milliards de dollars. Les membres du corps professoral, universitaires et praticiens, sont jumelés pour assurer un coenseignement, pour élaborer le programme et faire la recherche; il en résulte un enseignement novateur et intégré en entrepreneurship.

Centre d'entrepreneurship :

Le Arthur M. Blank Entrepreneurial Centre fournit des locaux pour la recherche et des espaces à bureaux au corps professoral, aux étudiants du Babson College et aux chercheurs invités; des espaces d'archivage pour les documents de recherche en entrepreneurship; des espaces où sont mis en valeur des personnes, des événements et des réalisations de type entrepreneurial, ainsi qu'une salle de 40 places pour l'apprentissage à distance.

APPENDICE 2 : CRANFIELD UNIVERSITY

School of Industrial and Manufacturing Science, Bedford (Angleterre)

Mission/objectifs :

Être un chef de file européen en ce qui concerne la recherche intégrée sur les entreprises industrielles, l'expertise-conseil et l'enseignement de troisième cycle. Permettre à des gens d'acquérir les perspectives, les méthodologies et les compétences nécessaires pour appliquer les technologies de l'intégration au profit des entreprises.

Méthodes d'enseignement :

Méthodes traditionnelles auxquelles viennent s'ajouter certains travaux pratiques, dans le cadre de projets. L'information est dispensée à la fois par des universitaires et par des professionnels accrédités.

Conception :

La maîtrise en intégration des entreprises se donne habituellement à plein temps, sur une année, à compter d'octobre chaque année, et elle consiste en trois parties qui sont pondérées de la manière suivante, aux fins d'évaluation :

- Exposés oraux 40 %
- Projet de groupe 20 %
- Projet individuel 40 %

Modules :

Intégration d'entreprise 1 et 2 – modules de synthèse :

Définition du contexte et de la méthodologie d'intégration dans les entreprises industrielles et entreprises connexes et examen de la formulation de la stratégie d'intégration.

Gestion du savoir et Innovation 1 et 2 :

Introduction au concept du Travail intellectuel incluant la Gestion du savoir et le Développement des connaissances.

Analyse du contexte commercial :

Le modèle d'évaluation de l'entreprise et les principaux outils d'analyse.

Gestion des données sur les produits :

Questions d'ingénierie et de définition des produits.

Ingénierie simultanée :

Développement conjoint et rapide d'un produit.

Gestion de la fabrication :

Questions de gestion de la production et tendances dans ce domaine.

Gestion générale :

Introduction aux compétences clés en gestion.

Informatique d'entreprise :

Concepts et techniques clés de l'utilisation d'une application et des outils logiciels de planification des ressources de l'entreprise.

Profil du corps professoral :

L'enseignement de l'option Intégration d'entreprises est dispensé par dix membres du corps professoral ayant divers titres d'accréditation universitaire et professionnelle.

Centre d'entrepreneurship :

Le centre mis à la disposition des étudiants – Enterprise Integration – est plutôt un centre d'études. Il s'agit d'une activité intégrée d'enseignement, de recherche et d'expertise-conseil de troisième cycle. Le personnel (quatre-vingts personnes) est logé dans des installations situées à l'entrée du campus de la Cranfield University. Enterprise Integration a obtenu le convoité LEAD Award de l'American Society of Manufacturing Engineers International, pour le leadership et l'excellence de l'avancement des études universitaires en productique. Cranfield a été la première université d'Europe à obtenir ce prix.

(<http://www.cranfield.ac.uk/>)

APPENDICE 3 : INSEAD

Campus européen en France et campus asiatique à Singapour

INSEAD et Ernst & Young ont uni leurs forces pour offrir un programme basé sur la pratique à l'intention tout particulièrement des propriétaires-dirigeants appelé le Programme propriétaires – dirigeants.

Mission/objectifs :

Éduquer les dirigeants d'entreprises du monde en réussissant à les influencer intellectuellement et en convertissant cette influence en un apprentissage pertinent au profit de toutes les collectivités d'affaires du monde. Accélérer l'innovation grâce à un renouvellement constant des activités pédagogiques et à la mise à l'essai régulière de nouvelles méthodes d'enseignement. Constituer un capital intellectuel en mettant l'accent sur l'investissement dans le corps professoral et la recherche dans le but de repousser les frontières de la connaissance et de la compréhension.

Le programme s'adresse surtout aux propriétaires-dirigeants ou aux gestionnaires décideurs de sociétés entrepreneuriales qui ont à cœur la croissance de leur entreprise.

Le programme vise cinq objectifs :

- accroître votre capacité d'établir et de gérer une organisation qui croît;
- vous aider à gérer efficacement les produits-marchés qui évoluent rapidement;
- vous aider à saisir les débouchés sur des marchés de plus en plus internationaux;
- développer votre capacité d'intégrer et de gérer des ressources humaines, techniques, financières et des ressources de marketing;
- accroître vos compétences en leadership.

Méthodes d'enseignement :

L'INSEAD s'est engagée dans une approche multidisciplinaire et internationale face à l'étude des entreprises familiales. La particularité de l'INSEAD, c'est qu'elle combine une profonde connaissance des affaires avec une grande sensibilisation aux différences transnationales dans les contextes où les entreprises exercent leurs activités. L'INSEAD attire des étudiants, des enseignants et des chercheurs-invités d'un peu partout dans le monde dans un environnement d'apprentissage où aucune nationalité ne domine. La perspective qu'a l'INSEAD de l'entrepreneurship n'est donc pas démesurément influencée par aucune approche.

Conception :

Le programme est dispensé en deux modules. Un nouveau cours facultatif sur les entreprises familiales a été mis au point et des classes optionnelles sur les entreprises familiales ont aussi été offertes dans certains programmes destinés aux cadres.

Module 1

- Faire du marketing dans un esprit entrepreneurial
- Négociations de prix : concepts et tactiques
- Étapes de la croissance
- Concurrence et stratégies commerciales
- Gérer et saisir la valeur
- Défis de la croissance et de l'augmentation de la dette
- Comptabilité financière
- Marketing international avec des ressources limitées
- Comprendre et gérer l'encaisse
- Conseils d'administration
- Encaisse et croissance
- Le processus de prise de décisions stratégiques dans une entreprise en croissance
- La gestion entrepreneuriale des personnes
- Services révolutionnaires
- Plate-forme stratégique
- La gestion dans l'adversité
- Équipes très performantes

Module 2

- Le défi du leadership : une odyssee personnelle
- Critères de l'investissement financier : VAN et autres
- Se procurer un avantage concurrentiel en offrant une valeur exceptionnelle au client
- Gestion des partenariats et des alliances stratégiques
- Gestion de la détresse
- Service à la clientèle et gestion de comptes clés
- Gestion d'une croissance rapide
- Tendances futures du marketing
- Instaurer et entretenir l'entrepreneurship
- Entreprises familiales
- Valeur des capitaux propres
- Où va l'économie mondiale : redressement ou effondrement?
- Évolution du rôle du propriétaire-exploitant

Profil du corps professoral :

L'INSEAD dispose actuellement d'un noyau de six professeurs (permanents) dans le domaine de l'entrepreneurship et de l'entreprise familiale, ainsi que de deux membres affiliés du personnel enseignant et de quatre membres invités. Au cours des cinq dernières années, les membres du corps professoral de l'INSEAD ont écrit quelque 30 études de cas et publié plus de 20 articles. Une collaboration active avec l'Association européenne de Venture Capital (EVCA) et d'autres organisations de capital risque a amené les membres du corps professoral de l'INSEAD à promouvoir et à former des sociétés d'investissement en capital risque dans le but de favoriser une hausse des niveaux d'entrepreneurship.

Centre d'entrepreneurship :

La mission du 3i Venturelab consiste à soutenir le développement de nouvelles façons de voir, la compréhension de l'entrepreneurship et des phénomènes qui y sont associés ainsi que la sensibilisation à ceux-ci. La recherche entreprise par ce nouveau centre universitaire porte sur des façons de comprendre et de cultiver les habiletés de base, les attitudes et les comportements qui sous-tendent les compétences entrepreneuriales. Le centre cherche à devenir la principale source d'information sur les entreprises indépendantes européennes et il va produire et distribuer régulièrement les résultats de la recherche pan-européenne sur des sujets liés à l'entrepreneurship.

Concours européen de plan d'affaires :

Le Concours européen de Plan d'affaires de l'année a été conçu et créé conjointement par les enseignants en entrepreneurship de l'INSEAD et de la London Business School et il a eu lieu pour la première fois en 1993. L'objectif était d'encourager l'enseignement de l'entrepreneurship dans les écoles commerciales de toute l'Europe et de stimuler la création de nouvelles entreprises commerciales. Il a rassemblé, sur une base annuelle, des équipes d'étudiants des grandes écoles de management et universités européennes pour qu'elles présentent et défendent une idée et un plan d'affaires devant une équipe de juges qui, pour la plupart, proviennent des sociétés qui parrainent le concours. L'INSEAD a remporté le concours en 1993, en 1995, en 1997 et en 2000. En 2000, les écoles participantes étaient les suivantes :

Cranfield School of Management
IESE - Barcelone
International Management Centre - Budapest
Rotterdam School of Management
Stockholm School of Economics

Helsinki University of Technology
INSEAD
London Business School
SDA Bocconi
Imperial College Mgmt School
WHU Koblenz Graduate School of
College Management

(<http://www.insead.edu/>)

APPENDICE 4 : LA LONDON SCHOOL OF BUSINESS

Londres (Angleterre)

L'entrepreneurship est devenu une matière distincte en 2000.

Mission/objectifs :

Devenir un centre d'excellence européen reconnu pour l'enseignement, la recherche et la pratique de la gestion entrepreneuriale, et un chef de file comme Centre international de l'entrepreneurship.

Méthodes d'enseignement :

Le M.B.A. comprend des cours, des exposés, des conférenciers invités et un apprentissage pratique/expérientiel. Le travail pratique/expérientiel comprend des activités de mentorat, des études de cas et des projets. L'une des importantes composantes du cours est celle du projet de la deuxième année - un projet de type consultation qui s'étend sur toute l'année. Le projet est élaboré par les étudiants et un contrat est conclu avec les clients. Les équipes d'étudiants négocient des honoraires avec les clients, honoraires qui varient normalement entre 1 000 et 8 000 livres sterling.

Conception :

Plus de 60 % des étudiants admissibles s'inscrivent à au moins un des cinq cours en entrepreneurship actuellement offerts et plus de 600 places sont comblées chaque année.

M.B.A. en entrepreneurship :

L'apprentissage du programme M.B.A. offert à la LSB comporte quatre volets : apprendre à réfléchir en toute indépendance; provoquer les choses; devenir un leader; et devenir un citoyen international. Ces quatre volets servent de point de référence à mesure que les étudiants développent leur propre capital humain.

La première année est consacrée à l'acquisition de connaissances et de compétences fondamentales dans un contexte d'équipe (60 à 70 élèves et un groupe d'étude de six à sept personnes pendant les cours de base). On compte au total 15 cours obligatoires et cinq cours au choix.

Les cours obligatoires :

1^{er} semestre

Comprendre la gestion générale
Comprendre l'analyse financière
Gestion des opérations
Mettre sur pied des organisations efficaces
Financement des entreprises
Gestion de l'information

2^e semestre

Financement des entreprises
Décisions et analyse du risque
Stratégie de marketing, prise de décisions et mise en œuvre
Mise sur pied d'organisations efficaces
Éthique et normes professionnelles
Observation (exercice pratique)
Qualités interpersonnelles (exercice pratique)

3^e semestre

Stratégie de marketing, prise de décisions et mise en œuvre
Gestion stratégique
Comptabilité de gestion
Comprendre la macro-économie internationale
Cours au choix
Langues

Cours au choix offerts – programme d'entrepreneurship

L'essentiel du droit pour les entrepreneurs
Financement de l'activité entrepreneuriale
Capital-risque international
Gestion d'une entreprise en croissance
Nouvelles entreprises technologiques
Mise sur pied de nouvelles entreprises

L'école offre aussi des cours d'été en entrepreneurship. Ces cours d'été ont pour but de se familiariser avec tous les domaines de l'entrepreneurship en ayant recours à une approche « d'apprentissage par des gestes concrets ». Le cours est étalé sur une période de neuf semaines et il inclut un éventail complet, depuis le démarrage d'une entreprise, les essais et l'évaluation des propositions jusqu'à la mise sur pied et l'opérationnalisation d'un solide plan d'affaires, incluant le recrutement d'investisseurs. Une série d'ateliers hebdomadaires se tient tout au long du cours et un soutien est offert par l'entremise des professeurs et de la Foundation for Entrepreneurial Management (décrite ci-dessous).

Profil du corps professoral : Le corps professoral comprend huit enseignants : deux professeurs permanents; deux professeurs agrégés; un professeur adjoint; deux adjoints à l'enseignement; et un chercheur universitaire.

Plus haut diplôme	Universitaire	Praticien universitaire	Chargé de cours
Ph.D.	1	2	2
M.B.A.	1	1	1

Centre d'entrepreneurship : Foundation for Entrepreneurial Management (FEM)

Énoncé de mission :

Que la Foundation for Entrepreneurial Management et la London Business School deviennent un centre d'excellence européen reconnu pour l'enseignement, la recherche et la pratique de la gestion entrepreneuriale et un chef de file comme Centre international de l'entrepreneurship.

La FEM de la London Business School souhaite avoir des répercussions durables sur l'acquisition d'un avantage concurrentiel, pour ses partenaires, par les moyens suivants :

- recherche et enseignement de pratiques exemplaires en gestion entrepreneuriale (la FEM a déjà mis au point une série exceptionnellement longue de quelque 50 cas mettant en évidence des sociétés entrepreneuriales d'un peu partout en Europe);
- prestation de soutien et de conseils aux entrepreneurs et à leurs bailleurs de fonds; investissements directs dans les équipes et les individus prometteurs.

Pour poursuivre l'évolution de la FEM, un réseau de partenaires stratégiques a récemment été établi; il consiste en six entreprises internationales qui exercent leurs activités dans les secteurs suivants : droit, comptabilité, opérations bancaires, consultation et technologie de l'information. A. T. Kearney, Ernst & Young, Barclays, Baker & McKenzie, Lehman Brothers et IBM ont toutes récemment confirmé leur soutien à l'endroit du réseau de partenaires stratégiques de la FEM. Un autre important partenaire, le Centre for Scientific Enterprise a été créé en tant que coentreprise de la LSB et de l'UCL et le gouvernement lui a octroyé 4,6 millions £; la somme provient du Science Enterprise Challenge de 1999.

L'organisation et les activités de la FEM sont triples -

Enseignement et élaboration de matériel

Recherche et édition

Pratique commerciale

Prestation de soutien et de conseils aux entrepreneurs et à leurs bailleurs de fonds :

Le LBS Entrepreneurs' Club, mis sur pied en juin 1999, est un club pour abonnés seulement. Le Club regroupe des personnes qui manifestent un intérêt à faire des investissements privés dans les entreprises récemment lancées et à soutenir les démarrages qui ont un lien direct avec la LBS.

Prestation d'aide financière :

Des investissements directs bien ciblés au profit des équipes et des individus prometteurs, liés à la LBS, sont faits par l'entremise de la Foundation for Entrepreneurial Management (FEM). La FEM a mis au point un incubateur à proximité de l'école - à Huntsworth Mews - pour les entreprises récemment lancées et la Sussex Place Investment Management, une société de gestion de

placements autorisée par l'IMRO, laquelle gère actuellement 30 M£. Les entreprises récemment lancées qui ont été soutenues au cours des 12 derniers mois sont, entre autres : APR Ltd., IGLU.com et le Global Workplace.

L'Alumni Entrepreneurs Network et l'E-Club exercent aussi leurs activités à partir de la London Business School. (<http://www.lbs.ac.uk>)

APPENDICE 5 : UNIVERSITÉ MCGILL

Montréal (Canada)

La mineure en entrepreneurship technologique (MTE) de l'Université McGill se donne à la Faculté du génie. L'Université McGill offre également une mineure en entrepreneurship et un certificat en entrepreneurship au sein de la faculté des Sciences agricoles et environnementales. Il importe aussi de noter que même s'il n'y a pas de mineure ou de certificat à la faculté de la Gestion, cette dernière offre des cours en entrepreneurship.

Mission/Objectifs :

Une fois réussis les cours que comporte cette spécialisation, les étudiants seront en mesure :

- d'identifier et d'énoncer les obstacles liés à la gestion qui sont propres aux contextes entrepreneuriaux;
- de concevoir le plan stratégique d'une activité entrepreneuriale, depuis son concept jusqu'à sa réalisation;
- de recourir aux technologies novatrices nécessaires à la croissance d'une petite entreprise;
- de mettre en œuvre un plan pour établir, gérer et agrandir une équipe de travail;
- d'analyser les marchés potentiels et les moyens à prendre pour atteindre ces marchés.

Méthodes d'enseignement :

Parmi les éléments explorés dans la spécialisation en entrepreneurship, on retrouve l'étude des principes fondamentaux de la stratégie technologique liée aux activités entrepreneuriales, un examen des obstacles stratégiques et obstacles en matière de ressources humaines auxquels se heurtent les entrepreneurs et un examen des marchés qui sont peut-être prêts pour les activités entrepreneuriales. Les cours offerts dans cette spécialisation fournissent aux étudiants une occasion de mettre à l'essai des théories, modèles et stratégies en ayant recours à une approche basée sur des études de cas. Les étudiants reçoivent leur enseignement dans des classes.

Conception :

La Faculté du génie offre une mineure en entrepreneurship technologique (MTE) afin de familiariser les étudiants de premier cycle de la Faculté du génie avec le concept de l'entrepreneurship technologique et de stimuler l'intérêt des étudiants à l'égard d'une carrière en entrepreneurship.

La Faculté du génie exige des étudiants qu'ils réussissent six cours (de trois crédits) pour un total de 18 crédits. Ils ont le choix des cours suivants :

- Entrepreneurship technologique
- Leadership, pouvoir et influence
- Marketing de la technologie
- Stratégies organisationnelles pour les entreprises de haute technologie (préalable : six crédits - cours de la MTE)

Gestion des ressources humaines
Projet d'entrepreneurship technologique (préalable : six crédits - cours de la MTE)

La Faculté des sciences agricoles et environnementales de McGill offrira une mineure en entrepreneurship et un certificat en entrepreneurship à compter de septembre 2001. Les cours du Programme d'entrepreneurship comprendront, notamment les suivants :

Principes de la micro-économie
Économie du marketing
Théories et pratiques de la gestion
Comptabilité et contrôle des coûts
Leadership entrepreneurial
Gestion d'entreprises agricoles
Capital de risque - possibilités
Gestion du personnel

Profil du corps professoral :

Aucune information n'est disponible sur le profil du corps professoral associé à l'enseignement de la mineure en entrepreneurship et du certificat en entrepreneurship à la Faculté des sciences agricoles et environnementales, ni sur la mineure en entrepreneurship offerte à la Faculté du génie, peut-être parce que ces programmes ne sont offerts que depuis septembre 2001.

Centres d'entrepreneurship :

Le Dobson Centre for Entrepreneurial Studies, Faculté de la gestion. La mission de ce centre consiste à enseigner de même qu'à promouvoir et à encourager les activités entrepreneuriales qui remportent du succès, à McGill et dans la collectivité des affaires. Le Dobson Centre for Entrepreneurial Studies décerne aussi des bourses qui encouragent l'entrepreneurship.

Le Prix Ian McLachlin pour l'entrepreneurship en génie consiste en deux bourses de 500 \$ pour encourager les étudiants en génie à suivre des cours dans le programme d'études entrepreneuriales de la Faculté de la gestion. Les prix sont attribués à des étudiants en génie qui réussissent très bien leurs études. Ils doivent avoir terminé au moins une année d'études. Ils doivent présenter une brève thèse décrivant un concept très novateur qui présente un potentiel de commercialisation et finalement, ils doivent s'inscrire à un cours sous l'égide du Dobson Centre for Entrepreneurial Studies. Les prix sont octroyés par le comité des bourses de la Faculté de la gestion, en collaboration avec la Faculté du génie et le Dobson Centre for Entrepreneurial Studies.

Le Prix John D. Thompson pour l'entrepreneurship en génie consiste en deux bourses de 500 \$ pour encourager les étudiants en génie à suivre des cours dans le programme d'études entrepreneuriales de la Faculté de la gestion. Les prix sont remis à des étudiants en génie qui réussissent très bien leurs études. Ils doivent avoir terminé au moins une année d'études. Ils doivent présenter un court essai décrivant un concept très novateur qui

présente un potentiel de commercialisation et finalement, ils doivent s'inscrire à un cours sous l'égide du Dobson Centre for Entrepreneurial Studies. Les prix sont octroyés par le comité des bourses de la Faculté de la gestion, en collaboration avec la Faculté du génie et le Dobson Centre for Entrepreneurial Studies.

Autres bourses qui font la promotion de l'entrepreneurship :

Le Prix d'entrepreneurship Schulich consiste en un prix de 1 000 \$ décerné à un étudiant qui amorce sa première année dans le programme M.B.A. de McGill, à la Faculté de la gestion.

La bourse de 5 000 \$ de l'Association canadienne de technologie de pointe (CATA Alliance) a pour but d'encourager l'entrepreneurship, le leadership, l'innovation et la recherche d'un étudiant. Le prix est octroyé à un étudiant de deuxième cycle de l'École des sciences informatiques pour l'excellence de la recherche effectuée dans les domaines suivants : aérospatiale; informatique/génie logiciel; électronique/fabrication de pointe; marketing de haute technologie ou télécommunications.

(<http://www.mcgill.ca>)

APPENDICE 6: STIRLING UNIVERSITY

Stirling (Écosse)

Mission/objectifs :

Comme université, il nous faut relever les défis suivants :

- comprendre le rôle de l'entrepreneurship dans l'économie et la société;
- appliquer cette connaissance aux progrès socio-économiques;
- promouvoir l'enseignement entrepreneurial pour que les étudiants puissent en toute confiance affronter des marchés du travail incertains, exploiter les débouchés et relever les défis de nature entrepreneuriale de l'économie moderne;
- créer une valeur nouvelle, à la fois sociale et commerciale, à partir des activités universitaires.

Méthodes d'enseignement :

Aucune information disponible sur le site Web.

Conception :

La structure des études de premier cycle est en cours de révision suite à la fusion du Département de l'entrepreneurship avec celui de la gestion et de l'organisation, en août 2000. Actuellement, les trois premiers semestres sont les mêmes que dans le cas des études en sciences de la gestion. Les cours et programmes d'entrepreneurship suivants sont offerts actuellement, mais ils pourraient être modifiés pour la prochaine année universitaire :

- Introduction à l'entrepreneurship
- L'entrepreneurship dans le domaine de la cinématographie et des médias
- Lancement d'une nouvelle entreprise
- Croissance de votre propre entreprise
- L'expérience entrepreneuriale
- Méthodes de recherche pour les mémoires

Études de deuxième cycle :

M.Sc. en études entrepreneuriales par apprentissage à distance

Ce programme a pour but de développer une compréhension théorique et des compétences pratiques dans le domaine de la petite entreprise, de l'entrepreneurship et de l'expansion des entreprises. On en fait le marketing auprès des groupes suivants :

- praticiens, agents, conseillers qui s'occupent de favoriser l'entrepreneurship et soutenir et de développer les petites entreprises;
- conférenciers dans les collèges/universités qui souhaitent se spécialiser en entrepreneurship et en développement des entreprises;
- entrepreneurs/propriétaires d'entreprises qui souhaitent acquérir de nouvelles compétences et de nouveaux points de vue en matière d'entrepreneurship;
- entrepreneurs potentiels qui souhaitent démarrer leur propre entreprise dans l'avenir.

Unités universitaires :

- 1^{re} année Démarrer une entreprise
Marketing
Gestion financière
Counselling
- 2^e année Entrepreneurship
Gestion des opérations à haut risque
Stratégie d'entreprise

Unités de projet :

- 1^{re} année Recherche pour l'entreprise
- 2^e année Projet de stratégie d'entreprise

Unité de recherche : Mémoire de fin de la 2^e année

M.B.A. en entrepreneurship et opérations commerciales à risque

Ce programme a pour but de permettre aux participants d'acquérir tout un éventail de compétences et d'habiletés concrètes, appuyées par un solide cadre théorique, dont ils pourront se servir dans leur propre entreprise commerciale ou comme membre d'une organisation à la recherche d'employés capables d'agir comme des entrepreneurs.

Unités d'étude - obligatoires

- Introduction à l'entrepreneurship
- Lancement d'une nouvelle entreprise
- Croissance de sa propre entreprise
- Expérience entrepreneuriale
- Créativité et entrepreneurship
- Stratégie d'entreprise

Unités d'étude – au choix

- L'interface marketing entrepreneurship
- Gestion financière de la petite entreprise
- Commercialisation
- Entrepreneurship général
- Internationalisation
- Études stratégiques - petites et moyennes entreprises

Programme de doctorat en entrepreneurship

Ce programme a pour but d'offrir aux étudiants au Ph.D. une occasion d'entreprendre une recherche à l'égard d'un aspect de l'entrepreneurship ou de la petite entreprise. Depuis 1988, 13 étudiants ont obtenu leur diplôme et six autres en sont à diverses étapes d'avancement du programme. Les étudiants sont soumis à un stress considérable; ils doivent pouvoir entreprendre et réussir une recherche novatrice complète en quatre ans, à plein temps, et en cinq ans, à temps partiel. Une formation en recherche est dispensée par la Faculté de la gestion aux étudiants à plein temps comme à temps partiel.

Profil du corps professoral :

À Stirling, le corps professoral comprend un chargé d'enseignement et un adjoint principal à l'enseignement.

Centre d'entrepreneurship : Le centre d'entrepreneurship de Stirling dispense la totalité du programme.

(<http://www.stirling.ac.uk>)

APPENDICE 7: SWINBURNE UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

Melbourne (Australie)

Le programme de Swinburne porte le nom de maîtrise en innovation d'entreprise et il est dispensé à la Faculté du génie.

Mission/objectifs :

Les objectifs principaux du programme sont les suivants :

- mettre l'accent sur la gestion du changement et les nouveaux débouchés plutôt que sur la mise en application des pratiques établies;
- développer une concentration sur la planification et le contrôle d'une croissance rapide de l'entreprise;
- centrer l'attention sur l'intégration de la connaissance par des méthodes interdisciplinaires plutôt que sur la répartition des connaissances en spécialités fonctionnelles;
- chercher à obtenir un engagement à l'égard de la notion de « théorie dans l'intérêt de la pratique » - mettre l'accent sur l'application de la théorie de pointe pour trouver des solutions pratiques aux problèmes complexes du monde réel.

Il a été démontré qu'une fois terminé ce programme intégré, les étudiants sont en mesure d'entreprendre, de développer et de gérer de nouvelles occasions d'affaires pour que leur entreprise prenne de l'expansion.

Méthodes d'enseignement :

Programme basé sur l'intégration des documents pédagogiques du niveau de la maîtrise et de l'apprentissage expérientiel appliqué. L'apprentissage universitaire est assuré par des professeurs d'expérience qui font appel à diverses méthodes : études de cas et recherches du style de Harvard, lectures tirées de revues et d'ouvrages scientifiques et projet de recherche à caractère entrepreneurial.

À partir de la 2^e année, tous les cours sont donnés en équipe, généralement par un praticien universitaire et un universitaire praticien. Ainsi, on arrive à incorporer dans le programme le volet expérience et le volet théorie. Dès le début, on encourage les étudiants à chercher des possibilités d'innovation, à participer à des expériences « réelles » d'entreprises en croissance et à s'investir dans des relations de consultation – le tout enrichi de lectures appropriées.

Bien que le programme réussisse à produire des entrepreneurs, le volet universitaire du programme n'est pas compromis. Environ 10 % des diplômés du programme de maîtrise s'inscrivent à un programme de Ph.D.

Conception : Programme de trois ans – programme souple et exigences d'admission en fonction du niveau d'études que l'étudiant souhaite atteindre.

1^{re} année – Certificat d'études de deuxième cycle

Organisation entrepreneuriale/Techniques d'évaluation des possibilités/
Marketing d'une nouvelle entreprise/Commercialisation de l'innovation

2^e année – Diplôme d'études supérieures

Innovation, créativité et leadership/Gestion d'une entreprise en
croissance
Planification financière d'une nouvelle entreprise/Plan d'affaires

3^e année – Maîtrise (baccalauréat spécialisé requis pour passer directement
au programme de maîtrise)

Évaluation d'une entreprise en croissance/Plan d'affaires avancé 1
Projet de recherche à caractère entrepreneurial 1
Intention stratégique et sociétés/Plan d'affaires avancé 2
Projet de recherche à caractère entrepreneurial 2

Profil du corps professoral :

Le corps professoral universitaire (permanent) équivaut à cinq professeurs à plein temps ayant des compétences en marketing, en finances, en fabrication, en comportement organisationnel et en stratégie. L'un d'eux n'a que des antécédents universitaires; les quatre autres ont une expérience en création d'entreprises (praticiens universitaires). Les ressources pédagogiques proviennent également de praticiens travaillant dans le domaine qui remportent du succès et qui ont des titres de compétences universitaires acceptables (universitaires praticiens) et de praticiens qui remportent du succès et qui n'ont qu'un grade universitaire.

Plus haut diplôme	Universitaires	Praticiens universitaires	Universitaires praticiens	Praticiens
Ph.D.		4+	2^	
Maîtrise	1	1*	4^	
Bacc. en génie				2
Total	1	5	6	2

+ Un professeur à mi-temps

* Mi-temps

^ Donne un seul cours

Centres d'entrepreneurship :

L'Australian Centre for Entrepreneurship and Innovation (ACEI) se trouve à la Graduate School of Management de Swinburne et c'est là qu'est dispensé l'enseignement de trois ans de la maîtrise en entrepreneurship et innovation (MEI). L'ACEI supervise également les candidats au Ph.D.; il crée des études de cas, du matériel pédagogique et des programmes d'enseignement pour améliorer les programmes d'enseignement entrepreneurial dispensés par Swinburne et d'autres universités et il donne des cours sur la pratique de la recherche en entrepreneurship. L'ACEI explore en outre les possibilités de financement du programme par l'entremise des entreprises. L'une de ces possibilités

consiste à établir un fonds qui permettrait d'offrir des bourses de recherche aux candidats qui ont le potentiel d'apporter une importante contribution aux connaissances en entrepreneurship. Une autre possibilité consiste à fonder une chaire qui favoriserait la création de chaires d'enseignement dans certains secteurs spécialisés de la recherche entrepreneuriale. Une autre possibilité consisterait à commanditer certains aspects du programme de recherche actuel. On encourage aussi les entreprises à lancer de nouveaux cours axés sur la recherche dans un domaine connexe et à les ajouter au programme. L'ACEI cherche aussi à obtenir des entreprises qu'elles soutiennent et améliorent la série de colloques qu'elle offre et qui fait intervenir des dirigeants australiens et leaders mondiaux dans les domaines de l'entrepreneurship, de l'innovation, de la créativité, du capital de risque et dans des domaines connexes. Finalement, l'ACEI va travailler activement avec toute organisation qui apporte une contribution pour s'assurer qu'elle retirera de sa contribution à la recherche en entrepreneurship un maximum d'avantages en matière de fiscalité, de publicité et de savoir.

(<http://www.swinburne.edu>)

APPENDICE 8 : UNIVERSITÉ DE CALGARY

Alberta (Canada)

Le M.B.A. en développement d'entreprises se donne à la Faculté de la gestion.

Mission/objectifs : non disponibles sur le site Web.

Méthodes d'enseignement :

Le M.B.A. en entrepreneurship fait appel à l'enseignement par équipe des universitaires et des praticiens donnent les cours facultatifs en entrepreneurship. Un certain nombre de ces cours inclut un apprentissage expérientiel pratique. Les séances sur le projet clients sont pleinement expérientielles étant donné que les étudiants travaillent avec de vrais clients de PME.

Conception :

Le M.B.A. en entrepreneurship de l'Université de Calgary comprend 20 cours (une équivalence de cours peut être accordée aux étudiants qui ont les antécédents nécessaires). Le programme peut être suivi à plein temps sur une période de deux années universitaires (16 mois) ou à temps partiel. Les étudiants commencent par suivre les 10 cours obligatoires conçus pour développer une compréhension interdisciplinaire de la gestion. Voici une liste des cours obligatoires :

- Introduction à la comptabilité financière
- Comptabilité de gestion
- Finance de la gestion
- Travailler efficacement avec les gens
- Systèmes d'information de gestion
- Économie de gestion
- Examen analytique de l'entreprise
- Analyse fonctionnelle stratégique
- Gestion du marketing
- Gestion des opérations

Les étudiants sont également tenus de suivre deux cours d'intégration :

- Gestion stratégique
- Contexte mondial des affaires

Le programme exige aussi de suivre huit cours au choix, en entrepreneurship, à partir de la liste suivante :

- Introduction au monde des affaires
- Introduction à l'entrepreneurship
- Identification de débouchés
- Planification d'une nouvelle entreprise
- Démarrage d'une nouvelle entreprise
- Entrepreneurship et entreprise nouvelle
- Consultation sur une nouvelle entreprise
- Projet client – Séance I (semestre d'automne)
- Projet client – Séance II
- Finances d'une nouvelle entreprise

Un Ph.D. en entrepreneurship est aussi offert avec l'approbation de la chaire et le soutien d'un professeur qui joue un rôle consultatif.

Profil du corps professoral :

Les membres du corps professoral sont reconnus à l'échelle nationale et internationale pour leur recherche universitaire, leurs programmes novateurs et leur conception de programmes d'enseignement. De nombreux professeurs ont des titres de compétences qui vont bien au delà du champ universitaire et professionnel. Cette combinaison d'expérience universitaire et pratique a des répercussions immédiates dans la salle de cours, où les expériences et innovations actuelles du monde des affaires sont immédiatement mises à la disposition des étudiants. Le recours fréquent à des conférenciers invités permet d'ancrer davantage le programme dans les pratiques commerciales actuelles.

Niveau de scolarité	Universitaires	Praticien univers.	Univers. praticien	Cadre en résidence	Coordonneurs de projet
Ph.D.	2	1		1	
M.B.A.		1	1	1	2

Termes : « Universitaire » désigne un membre du corps professoral universitaire permanent.

« Praticien universitaire » désigne les universitaires qui ont de l'expérience en création d'entreprises.

« Praticien universitaire » désigne les praticiens travaillant dans le domaine qui remportent du succès et qui ont des titres universitaires acceptables.

« Cadre en résidence » désigne un praticien très expérimenté qui agit comme mentor auprès des étudiants et du corps professoral et qui donne un ou plusieurs cours.

D'autres enseignants viennent compléter le personnel de base de ce programme, notamment des coordonnateurs de projets et un conseiller juridique. Ces personnes prêtent main-forte à l'élaboration des exercices pratiques de type entrepreneurial que réalisent les étudiants.

Centre for Family Business Management and Entrepreneurship :

Mis sur pied en 2000, le Centre for Family Business Management and Entrepreneurship a pour mission de développer, de promouvoir et de faciliter la recherche sur la gestion d'une entreprise familiale et sur l'entrepreneurship et de diffuser cette recherche auprès des propriétaires de petites entreprises, des gestionnaires et des professionnels ainsi que des étudiants de différents niveaux : premier cycle, maîtrise, cadre et doctorat.

Pour atteindre son objectif, le Centre parraine un certain nombre d'activités :

- série de conférenciers invités;
- subventions à la rédaction d'études de cas;
- mise au point et prestation de programmes d'enseignement;
- perfectionnement académique basé sur des cours;

- projets étudiants;
- réalisation, promotion et soutien de la recherche appliquée de base;
- prestation d'un service d'information sur les ressources;
- initiatives conjointes avec l'Université de l'Alberta et d'autres partenaires en développement d'entreprises familiales.

(<http://www.ucalgary.ca/>)

APPENDICE 9 : UNIVERSITY OF DURHAM

Durham (Angleterre)

Dispensé par le Centre for Entrepreneurship et la Foundation for Small and Medium Enterprise Development, le M.A. en entrepreneurship est le résultat d'une mine d'expérience en matière de recherche, d'enseignement, de compréhension et de travail avec des entrepreneurs d'un peu tous les secteurs commerciaux et organisationnels du monde entier et du R.-U. Le M.A. en entrepreneurship est conçu de manière à offrir une expérience d'apprentissage holistique, à tenir compte des vies actives des participants et à incorporer les réalités de leur milieu de travail; il est offert à temps partiel sur une période de 21 mois. (<http://www.durham.uk>)

Mission/objectifs :

Dans un contexte d'incertitude croissante et de dynamisme, les organisations qui remportent du succès doivent être mises sur pied et dirigées par des personnes souples, sensibilisées au marché, qui ont des compétences en réseautage et qui ont également la perspective requise pour prévoir les changements qui se produisent dans un environnement turbulent et complexe, les identifier et y réagir. Le M.A. en entrepreneurship cherche à travailler avec des particuliers au développement et au renforcement de ces comportements et compétences. En opposition avec l'enseignement traditionnel de la gestion, ce programme vise à créer un environnement stimulant et propice dans lequel des particuliers en provenance de tous les secteurs commerciaux et organisationnels pourront explorer l'entrepreneurship et renforcer leurs compétences et comportements en entrepreneurship. En plongeant les participants dans une expérience d'apprentissage cumulatif, on espère qu'ils pourront acquérir la connaissance, la compréhension, les outils, les cadres et les compétences nécessaires pour atteindre leurs objectifs personnels, professionnels et organisationnels.

Méthodes d'enseignement :

L'équipe qui compose le Centre for Entrepreneurship croit fermement en la nécessité de saisir la valeur que contient ce qui est déjà une mine d'information et d'expérience dans le domaine de l'entrepreneurship. Des cours accrédités, notamment dans le cadre d'un programme d'études supérieures (maîtrise) en entrepreneurship sont offerts; ils comprennent un mélange d'exposés et d'activités d'apprentissage expérientiel. Les exercices pratiques comprennent des travaux réalisés auprès de clients et des études de cas. Les clients sont un reflet de la diversité économique, sociale et culturelle des collectivités britannique et internationale. Ils comprennent des propriétaires et des employés des secteurs public, privé et bénévole appartenant à des micro-entreprises et des PME jusqu'aux sociétés et grandes entreprises multinationales. Le recours à des études de cas comme moyen d'enseignement et de formation a été adopté à de nombreux niveaux et dans de nombreux contextes d'enseignement liés au monde des affaires. Ces études servent à illustrer l'application des théories et à mettre en pratique le recours à des compétences analytiques. L'une des caractéristiques clés de la prestation d'information est le recours aux nouvelles technologies d'apprentissage et à Internet pour favoriser le développement de l'entrepreneurship et le comportement entrepreneurial.

Conception :

Le M.A. en entrepreneurship commence chaque année à la fin janvier par un programme de préparation de cinq jours. Au cours de cette période, on familiarise les étudiants avec la Business School et l'Université et on leur donne l'occasion de commencer à établir des relations entre eux et avec l'équipe qui donne le cours. Conçu pour fournir une expérience d'apprentissage intégrée, le M.A. en entrepreneurship comprend les cours suivants, offerts de deux à trois jours par mois :

La société entrepreneuriale en évolution :

Il est question des facteurs déterminants qui expliquent l'émergence de la « société entrepreneuriale » et des répercussions de ces facteurs aux niveaux individuel, organisationnel, gouvernemental et mondial.

Le développement personnel d'un comportement entrepreneurial :

On y explore les caractéristiques et comportements des entrepreneurs prospères, et les participants sont encouragés à examiner comment ils profiteraient du développement et du renforcement de ces comportements entrepreneuriaux.

Comprendre le processus de développement d'une entreprise :

Examen des différentes approches face au développement d'une entreprise et élaboration de stratégies pour gérer le développement, la croissance et l'évolution des organisations.

Conception et mise sur pied d'organisations entrepreneuriales :

Discussion sur le sens et la pertinence de « l'entrepreneurship » pour les organisations, peu importe leur secteur. Détermination des structures organisationnelles qui soutiennent et encouragent l'entrepreneurship.

La gestion du champ d'intervention organisationnelle :

Examen du contexte et de l'environnement favorables aux entrepreneurs, aux entreprises et aux organisations et établissement de stratégies et de tactiques de rechange pour bien gérer cet environnement et pour y réagir.

La gestion à l'intérieur d'une culture entrepreneuriale ou « le fil d'or » :

On travaille avec les participants pour déterminer leur apprentissage et suivre leurs progrès tout au long du déroulement du programme et en bout de ligne, pour établir, perfectionner et renforcer les compétences et perspectives nécessaires pour gérer dans un esprit entrepreneurial.

Mémoire

Il s'agit de la composante finale du M.A. en entrepreneurship. On invite les participants à explorer en profondeur une question ou un sujet précis lié à l'entrepreneurship. Le mémoire est aussi une occasion, pour les participants, de s'attaquer à un projet personnel ou organisationnel dans lequel ils ont un certain intérêt et de faire un travail qui a des répercussions tangibles et pratiques. Des mémoires d'environ 15 000 mots donnent aussi aux participants une occasion de

développer les compétences en gestion et en recherche nécessaires pour entreprendre un travail individuel détaillé.

Évaluation

Le M.A. en entrepreneurship fait l'objet d'une évaluation continue. Comme il n'y a pas d'examens, chaque cours est évalué au moyen d'un élément du cours qui varie tout au long du programme et qui a pour but d'évaluer les objectifs précis de chacun des cours.

Exigences d'admission

Les candidats doivent avoir un diplôme de premier cycle ou des qualifications professionnelles équivalentes. Autrement, ils devront démontrer que l'expérience qu'ils ont acquise a un lien avec leur demande d'inscription à des études en entrepreneurship.

Profil du corps professoral :

Le M.A. en entrepreneurship se donne par l'intermédiaire du Centre for Entrepreneurship de Barclay. Le corps professoral compte actuellement six personnes. Ensemble, ils représentent une combinaison équilibrée entre expérience universitaire et expérience et compétences commerciales. Nous n'avons pas l'intention d'augmenter notre effectif, mais plutôt de renforcer nos capacités et notre contribution en travaillant étroitement avec différents partenaires pour répondre aux besoins d'une clientèle de plus en plus vaste. Les projets actuels sont axés sur l'entrepreneurship général, le marketing entrepreneurial, le développement de la petite entreprise, l'entrepreneurship social et l'entrepreneurship dans l'enseignement supérieur.

Centre d'entrepreneurship :

Le Centre for Entrepreneurship de Barclay est un prolongement de l'ancien Centre de la petite entreprise et il a été mis sur pied en réaction au contexte mondial qui évolue rapidement et à la pertinence accrue du comportement entrepreneurial et de l'entrepreneurship dans un éventail plus large de contextes incluant les grandes organisations, le secteur social et le secteur public. Le Centre a bénéficié d'un bon coup de pouce en concluant une entente de parrainage de 1,5 million £ avec Barclay. Ce partenariat avec Barclay ajoute de la valeur au Centre en garantissant qu'une même priorité est accordée aux objectifs commerciaux et pratiques qu'aux intérêts de l'université et de la recherche.

(<http://www.durham.uk>)

APPENDICE 10 : UNIVERSITY OF SOUTHERN CALIFORNIA

Marshall School of Business, Los Angeles (Californie)

Mission/objectifs :

Aider les étudiants à adopter l'attitude entrepreneuriale qui consiste à être ouvert au changement, à développer de nouvelles idées, à sortir des paramètres habituels et à franchir les limites des paradigmes actuels. La combinaison d'outils, de compétences et d'attitudes offerte a pour but de donner aux étudiants la capacité d'organiser et de gérer de nouvelles entreprises.

Méthodes d'enseignement :

Le programme de majeure comporte un enseignement par équipe dispensé par des professeurs entrepreneurs à plein temps, d'anciens élèves du programme d'entrepreneurship, des membres du conseil consultatif et d'autres conférenciers invités. Les exposés devant la classe sont agrémentés d'ateliers en petits groupes et les colloques, les discussions « au coin du feu » et les activités de réseautage. Le programme mise sur la base de connaissances en affaires que les étudiants ont acquise pendant leur cours sur les affaires et il met l'accent sur les étapes préalables au démarrage, sur le démarrage et sur le début de la croissance de nouvelles entreprises.

Conception :

Bien que trois cours d'entrepreneurship soient offerts aux étudiants qui font des études sans lien avec l'entrepreneurship et les affaires, l'ensemble des cours sont conçus pour s'intégrer à deux programmes d'entrepreneurship, une majeure au premier cycle et un programme de deuxième cycle.

Programme de premier cycle : Offert aux étudiants du cycle supérieur de la Business School qui se spécialisent en entrepreneurship.

Introduction aux nouvelles entreprises (451)

Analyses de faisabilité (452)

Démarrage et croissance d'une nouvelle entreprise (453)

Le plan d'affaires (454)

Programme de deuxième cycle : Tous les étudiants du niveau de la maîtrise peuvent s'y inscrire. Les cours vont davantage en profondeur que dans le cas de ceux qui font partie du programme de premier cycle.

Introduction aux nouvelles entreprises

Analyses de faisabilité

PDG/fondateur – gestion d'une nouvelle entreprise

Plan d'affaires

Gestion d'une entreprise en croissance rapide

Commercialisation de la nouvelle technologie

Profil du corps professoral :

Qu'il s'agisse de la majeure ou du programme de deuxième cycle, l'équipe du corps professoral comprend :

- des professeurs entrepreneurs à plein temps qui arrivent en classe avec tout un éventail d'expériences entrepreneuriales et d'expertise universitaire;
- des anciens du programme d'entrepreneurship;
- des membres du conseil consultatif (entrepreneurs);
- des conférenciers invités.

Actuellement, le corps professoral compte huit membres; deux sont des universitaires et six ont de solides titres de compétences universitaires jumelés à une vaste expérience comme entrepreneurs.

Centre d'entrepreneurship :

Les cours se donnent par l'intermédiaire du *Lloyd Greif Centre for Entrepreneurial Studies*. Le Lloyd Greif Centre s'occupe de procurer aux étudiants des informations de pointe dans le domaine de l'entrepreneurship. Pour atteindre cet objectif, le programme exploite toute la technologie disponible à l'USC pour regrouper les étudiants, professeurs et anciens étudiants et leur faire partager de l'information et constituer un réseau par l'entremise du courriel et du site Web du Lloyd Greif Centre. Les étudiants vont aussi profiter des avantages de la technologie dans l'environnement d'apprentissage en profitant des expériences interactives de l'enseignement multimédias.

L'*Entrepreneur Venture Management Association (EVMA)* de la Marshall School of Business est une organisation sans but lucratif qui a à cœur de servir et de soutenir tous les étudiants de deuxième cycle de l'USC qui s'intéressent à la gestion d'entreprises et à l'entrepreneurship. L'EVMA met l'accent sur la qualité. Nous encourageons l'esprit entrepreneurial et sommes ouverts à toutes les idées nouvelles et innovations qui nous permettent de mieux servir nos membres. L'EVMA croit en outre que c'est par l'exemple que l'entrepreneurship s'apprend le mieux; son but est de fournir à ses membres l'occasion de rencontrer des entrepreneurs de tout un éventail d'entreprises et d'antécédents. L'EVMA enrichit ainsi l'expérience des étudiants de deuxième cycle en parrainant des programmes et des événements qui fournissent aux étudiants un contact direct avec des entrepreneurs prospères, des bailleurs de fonds et des professionnels du monde des affaires.

But de l'EMVA :

- éduquer les étudiants en ce qui concerne les problèmes et défis auxquels doit s'attaquer la collectivité de la gestion des opérations à hauts risques;
- permettre à ses membres d'avoir un contact avec le processus de création d'entreprises et de vivre des expériences concrètes;
- tenir lieu de tribune où l'on encourage et favorise les idées nouvelles et les innovations;
- promouvoir et étendre la réputation de l'USC comme meilleure école pour étudiants de deuxième cycle en entrepreneurship;
- soutenir les divers talents de TOUTES les écoles de deuxième cycle de l'USC;
- servir d'assise à des entreprises et projets futurs.

L'EVMA s'efforce de regrouper les étudiants de Marshall qui croient en l'innovation et non en l'imitation. En regroupant des étudiants à l'esprit entrepreneurial et divers

professionnels actifs dans la collectivité de la gestion d'entreprises, l'EVMA constitue une ressource unique dans votre expérience au Business School. De nombreux événements inscrits au calendrier tout au long de l'année mettent les membres de l'EVMA en contact avec des entrepreneurs prospères, des sociétés financières d'innovation et d'autres acteurs de la collectivité entrepreneuriale. L'EVMA a formé une Alliance de la technologie entre la Marshall School of Business, l'École de génie / informatique et l'École de médecine pour stimuler les nouvelles idées et établir un lien entre les entreprises et les solutions technologiques. De même, d'autres événements ont pour but de favoriser la relation entre Marshall et le milieu professionnel.

[\(http://www.marshall.usc.edu/entrepreneur/\)](http://www.marshall.usc.edu/entrepreneur/)

APPENDICE 11 : UNIVERSITÉ DE VICTORIA

Victoria (Colombie-Britannique)

Dans la concentration entrepreneurship du programme de baccalauréat en commerce, qui mène à un grade, on enseigne aux étudiants la façon de devenir un entrepreneur, plutôt que de simplement offrir un enseignement sur l'entrepreneurship. Cette concentration prépare les étudiants à profiter pleinement du nombre grandissant de possibilités entrepreneuriales dans le nouveau millénaire. Ce programme innovateur met l'accent sur l'entreprise familiale, l'entrepreneurship mondial et les services d'entrepreneurship. M. Ron Mitchell a créé le modèle d'enseignement entrepreneurial de l'UVic. La philosophie essentielle qui sous-tend ce modèle est la notion d'intégralité de l'entreprise. Le raisonnement qui se cache derrière cette philosophie est que l'intégralité de l'entreprise réduit au minimum le risque.

(http://www.business.uvic.ca/bcom/features_entrepreneurship.html) 2001

Mission/objectifs :

Nous sommes un groupe d'universitaires/éducateurs bien déterminé qui avons pour but d'offrir un enseignement entrepreneurial de catégorie mondiale qui soit en harmonie avec la mission de la Faculté d'administration qui consiste à offrir une expérience internationale aux étudiants de premier cycle et de deuxième cycle de l'Université de Victoria. Cet enseignement permet aux gens de mener à bien des opérations réussies partout, sur la planète, en les aidant à maîtriser les connaissances, compétences et expériences nécessaires pour acquérir une expertise reconnue dans les entreprises de leur choix, au plus tard cinq ans après l'obtention de leur diplôme.

Méthode d'enseignement :

L'approche repose sur des notions d'acquisition d'expertise qui sont en théorie ancrées dans la théorie cognitive des transactions, en tant qu'élément du contenu définitoire; elle est axée sur l'enseignement individualisé; basée sur une expérience de pleine immersion programmatique; sa prestation par l'équipe d'enseignement est de nature intégrative. Cette approche intégrée est conçue pour aider les étudiants à acquérir des connaissances tacites et explicites, diminuant de ce fait les risques. De même, cette concentration comporte deux caractéristiques qui sont propres à la Faculté d'administration de l'Université de Victoria : la constitution d'un portfolio entrepreneurial et le recours aux modèles de décision assistés par ordinateur qui offrent une aide intelligente grâce à la technologie de l'information et qui fournissent une « technologie entrepreneuriale » qui distingue nos étudiants de tous les autres étudiants en entrepreneurship.

Conception :

Il s'agit d'un programme coopératif d'une durée de quatre ans. Les deux premières années sont semblables à la plupart des autres diplômes en commerce qui offrent un programme coopératif; il exige que les étudiants suivent des cours généraux en gestion. Au cours des troisième et quatrième années, le programme met l'accent sur l'entrepreneurship et sa mise en application concrète grâce à la mise au point d'un portfolio d'entrepreneurship et à l'acquisition d'une expérience de travail coopératif.

Cours précisément axés sur l'entrepreneurship :

- Expertise en marketing d'entreprises
- Expertise en planification/finances d'entreprises
- Acquisition de connaissances spécialisées en entreprises
- Portfolio – travaux pratiques

M.B.A. en entrepreneurship :

Éléments clés :

1. Une expérience de seize mois commençant par un semestre obligatoire comportant cinq cours regroupés en un seul, suivie de travaux pratiques de huit mois et finalement, une session universitaire spécialisée ou un échange international.
2. Apprentissage expérientiel qui donne lieu à la production d'un portfolio d'entrepreneurship personnel.
3. L'accent est mis sur le développement cognitif plutôt que sur la notation et le programme est conçu dans cet esprit.
4. Prestation d'un système d'amélioration de l'expertise en « apprentissage continu ».
5. Lien entre l'apprentissage expérientiel et les projets véritables dans la collectivité.

Profil du corps professoral :

Le noyau du corps professoral universitaire (permanent) est composé de deux professeurs à plein temps. On retrouve aussi un professeur agrégé (non permanent) à plein temps. Ces professeurs ont la responsabilité des aspects expérientiel et théorique de la majeure en entrepreneurship et du M.B.A. en entrepreneurship.

	Universitaire	Praticien universitaire
Ph.D.	2	1

Centre d'entrepreneurship :

L'International Consortium for Venture Expertise a permis d'élaborer le programme d'entrepreneurship conjointement avec l'Université de Victoria – « The Venture Ready Model ». Bien que le Centre offre son soutien aux étudiants, il élabore aussi de nouveaux programmes d'enseignement pour les personnes en milieu de carrière et pour des enseignants de niveau secondaire qui souhaitent avoir des programmes répondant à leurs besoins. De même, il offre tous les ans un atelier à l'intention des enseignants en entrepreneurship.

Succès dignes de mention :

Ces programmes ont été reconnus suite à un examen par des pairs et ils ont reçu les prix suivants :

1. Le prix du Model Undergraduate Entrepreneurship Program de l'USASBE, présenté à l'assemblée annuelle de la US Association for Small Business and Entrepreneurship, à San Antonio (Texas), le 19 février 2000.
2. Le prix « Innovation in Entrepreneurship Pedagogy » (1999) de l'Academy of Management Entrepreneurship Division, présenté le 9 août 1999 lors de l'assemblée annuelle qui se tenait à Chicago (Illinois).

(<http://www.business.uvic.ca/>)

APPENDICE 12 : UNIVERSITY OF WASHINGTON

Programme en entrepreneurship et innovation Seattle (Washington) États-Unis

Mission/objectifs :

Le Programme d'entrepreneurship et d'innovation (PEI) est le centre d'enseignement, de recherche, d'innovation et d'intervention en entrepreneurship de l'University of Washington. Le PEI est un chef de file du pays pour ce qui est de constituer une collectivité axée sur la découverte et l'innovation qui :

- crée des partenariats avec des leaders d'un peu partout sur le campus de l'UW et des leaders du monde des affaires;
- fait tomber les vieilles barrières pour découvrir de nouveaux modèles d'éducation et de recherche interdisciplinaires;
- offre d'intéressantes possibilités éducatives;
- crée de nouvelles entreprises commerciales;
- exploite les points forts de la région et y contribue.

Méthodes d'enseignement :

Le Programme d'entrepreneurship et d'innovation repose sur un réseau de personnes qui donnent au programme toute sa substance et son étendue. Le corps professoral du Programme d'entrepreneurship et d'innovation (PEI) fait appel à sa recherche et à ses connaissances en marketing, finances, vente, management et planification stratégique pour élaborer des cours pratiques et utiles en entrepreneurship. Le conseil consultatif apporte son expertise au programme d'enseignement du PEI et sa connaissance de la collectivité entrepreneuriale du Nord-Ouest aux étudiants du programme. Les étudiants qui donnent bénévolement de leur temps comme agents du Club du PEI consacrent toute leur énergie et leur enthousiasme à favoriser une amélioration de la qualité du programme pour les futurs étudiants.

Le programme comprend des cours et des exposés réguliers; à cela s'ajoute un apprentissage pratique et expérientiel dispensé par divers moyens : études de cas, série de conférences sur l'entrepreneurship en haute technologie, concours d'études de cas, Club du PEI, création d'entreprises, consultations véritables auprès d'entreprises et mentorat.

Conception :

Les cours et activités du PEI préparent les étudiants à entrer dans le monde de l'entrepreneurship en développant leurs compétences en gestion et leurs compétences techniques en affaires; en établissant des contacts dans les entreprises et en acquérant l'expérience et la confiance qui leur permettront de réussir dans leurs entreprises. Il existe deux programmes, le certificat en entrepreneurship (premier cycle) et la maîtrise en entrepreneurship pour les étudiants au M.B.A. et autres étudiants de deuxième cycle. L'inscription au programme nécessite la présentation d'un C.V. et la réalisation d'une thèse portant sur l'entrepreneurship.

Programme de premier cycle :

Les préalables de ce programme sont la réussite des cours obligatoires des deux premières années d'un programme en administration (comptabilité de gestion, finances d'entreprise, systèmes d'information, affaires internationales, notions de marketing, gestion d'exploitation, etc.) et l'inscription au cours Créer une entreprise.

Les étudiants doivent suivre les cinq cours de base du PEI, participer au Club du PEI, assister à la série de conférences sur l'entrepreneurship en haute technologie et s'inscrire au concours de plan d'affaires.

Cours obligatoires :

- Créer une entreprise (année complète)
- Entrepreneurship
- Planification d'entreprise pour entrepreneurs
- Questions de marketing des nouvelles entreprises

Cours au choix :

- Principes de vente
- Travaux pratiques en entrepreneurship
- Gestion de petites entreprises
- Projets spéciaux d'entrepreneurship
- Entrepreneurship logiciel
- Finances d'une nouvelle entreprise
- Négociations
- Marketing Internet

Programme de deuxième cycle :

Les préalables de ce programme comprennent l'obtention d'un diplôme de premier cycle. Les étudiants doivent suivre les cinq cours obligatoires du PEI, participer au Club du PEI, assister à la série de conférences sur l'entrepreneurship en haute technologie et s'inscrire au concours de plan d'affaires. De même, les étudiants au M.B.A. inscrits à ce cours doivent avoir réalisé un projet de Réseau de consultation du PEI au cours de leur première année au programme.

Exigences fondamentales :

- Entrepreneurship
- Questions de marketing pour une nouvelle entreprise
- Élaboration du plan d'une nouvelle entreprise
- Gestion du réseau de vente des entreprises nouvelles et existantes

Cours au choix :

- Livrer concurrence sur Internet
- Élaboration d'un produit intégré
- Intrapreneuriat et participation-pari
- Financement de nouvelles entreprises
- Travaux pratiques – nouvelles entreprises
- Entrepreneurship logiciel
- Gestion stratégique de la technologie et de l'innovation

Projet de Réseau de consultation du PEI :

Les équipes de projets (de deux à quatre étudiants en 1^{er} année du M.B.A., un étudiant en 2^e année du M.B.A. qui agit comme mentor et un expert-conseil professionnel) aident les entreprises tout au long d'une année dans les domaines suivants : marketing, finances, opérations, technologie de l'information et élaboration d'un plan d'affaires.

Profil du corps professoral : Le corps professoral du PEI responsable de la prestation des programmes d'entrepreneurship se compose de 23 personnes. Parmi elles, douze sont des enseignants ayant des titres de compétences universitaires et onze détiennent un Ph.D.; cinq d'entre eux ont de l'expérience dans le secteur privé et un a une vaste expérience personnelle en création d'entreprises.

Centre d'entrepreneurship : Le Programme d'entrepreneurship et d'innovation (PEI) est le centre d'enseignement, de recherche, d'innovation et d'intervention en entrepreneurship de l'University of Washington. Le Centre est l'agent de prestation des programmes du PEI et il coordonne aussi les autres activités auxquelles, conformément aux attentes, les étudiants du PEI doivent participer. De plus, il offre un soutien et assure un réseau aux étudiants du programme.

Activités :

Série de conférences en entrepreneurship de la haute technologie – le mardi soir, toutes les deux semaines, un entrepreneur bien en vue est invité à venir parler de ses expériences de démarrage et des problèmes des entreprises qui enregistrent une forte croissance.

Réseau de consultation du PEI – Un groupe d'étudiants au M.B.A., offre des consultations gratuites aux entreprises qui démarrent ou qui en sont aux premières étapes.

Conférences à l'heure du lunch – Des entrepreneurs sont invités sur le campus pour rencontrer de petits groupes d'étudiants qui partagent des intérêts communs (toutes les semaines pendant les sessions) afin de partager des idées et de constituer des réseaux avec des entrepreneurs qui remportent du succès.

Concours de plan d'affaires – Ce concours est conçu pour faire la promotion des idées des étudiants et de la création d'entreprises en servant de tribune où les étudiants peuvent présenter les nouveaux concepts d'entreprise aux sociétés financières d'innovation, aux entrepreneurs et aux investisseurs. Par l'entremise de leur interaction avec les juges, les étudiants obtiennent de précieux commentaires professionnels sur leur plan et peuvent établir des contacts susceptibles de leur assurer le financement nécessaire à la mise en œuvre de leur plan.

Le concours de plan d'affaires de l'UW est plus qu'une exercice universitaire. Comme étudiant inscrit au concours, vous aurez l'occasion :

- de gagner un grand prix de 35 000 \$. Le programme de financement total dépasse les 90 000 \$ et des prix spéciaux sont décernés pour les meilleures idées en commerce électronique, en technologie, en détail/service, en entreprise socialement responsable et en entreprise internationale;
- de bénéficier d'un précieux accès (gratuit) à des experts dans les domaines suivants : finances, stratégie de marketing, compétences de présentation et droit, pour faciliter l'élaboration d'un plan d'affaires viable;
- de présenter les plans d'affaires associés à un nouveau produit ou service aux chefs de file de Washington en matière d'entrepreneurship, ce qui constitue une occasion d'établir des contacts, de mettre en pratique le lancement d'idées et d'obtenir des commentaires critiques pour accroître les chances de succès de l'entreprise;
- d'établir un réseau avec les grands entrepreneurs, négociateurs et professionnels du monde des affaires de Seattle. Les sociétés financières d'innovation et investisseurs providentiels de la région nord-ouest font partie du jury de sélection et ils sont à la recherche de nouvelles idées commerciales à financer.

(<http://www.washington.edu/>)

APPENDICE 13 : VAXJO UNIVERSITY

Vaxjo (Suède)

Le Programme de Vaxjo porte le titre de School of Management and Economics et il est donné au Département du leadership, de l'entrepreneurship et de l'organisation ou LEO.

Mission/objectifs :

La Vaxjo University a trois valeurs centrales : le renouvellement, la proximité et la réflexion. Le renouvellement englobe la littérature sur les nouveaux cours, les projets de recherche, les programmes étudiants et le mode de gestion et d'administration de l'école. Son ambition est de raccourcir les distances entre les gens. Vaxjo croit que c'est un moyen d'encourager l'apprentissage, la créativité et l'innovation. En outre, la réflexion est également une valeur centrale de l'université. Pour elle, il est important de s'arrêter aux phénomènes qui se produisent dans le monde, d'y réfléchir et d'apprendre les uns des autres.

Méthodes d'enseignement :

Le programme comprend des cours généraux et des exposés, du travail individualisé, des projets expérimentiels et des affiliations avec de petites entreprises.

Conception :

En 1998, le nom de l'École était « The Entrepreneurship and Business Development Program ». Vesper et Gartner ont relevé les cours offerts aux étudiants en commerce de premier cycle et de deuxième cycle qui étaient inscrits dans la liste en 1998.

Cours offerts aux étudiants de premier cycle :

Au cours des deux années d'introduction et de premier cycle général, un cours sur la création d'entreprises est obligatoire; ainsi, environ 200 étudiants y assistent chaque année.

Le programme principal est une spécialisation d'une année complète au terme des deux années initiales du premier cycle en entrepreneurship et développement d'entreprises. En moyenne, 18 étudiants (sur les 120 diplômés du programme de premier cycle) s'inscrivent à cette majeure.

- Introduction aux études en entrepreneurship;
- Gestion de projets;
- Le marketing dans une petite entreprise – dialogue et vente;
- Perfectionnement des compétences et consultation auprès de la petite entreprise;
- Comptabilité et changement;
- La logistique dans le contexte d'une petite entreprise;
- Projet spécial (adapté à l'entreprise où l'étudiant fait son stage).

Cours offerts à des étudiants en commerce de deuxième cycle

Deux cours de un semestre (cinq mois) sont offerts à titre facultatif : innovation et gestion du design; et leadership et entrepreneurship. Trente et dix étudiants respectivement suivent ces cours chaque année. Ces programmes de maîtrise pour

étudiants à plein temps, outre les cours dirigés, comprennent une thèse de maîtrise sur le terrain.

Dans le programme d'une année complète, les étudiants ont des liens avec le monde des affaires. Chacun est affilié à une petite entreprise de la région où il passe un ou deux jours par semaine à rédiger des rapports portant à la fois sur l'entreprise et sur les travaux universitaires pertinents. Dans l'unité de cours sur la création d'entreprises, les étudiants, en groupes de trois, aident les nouvelles « vraies » entreprises qui démarrent à régler des problèmes qui semblent importants à ces dernières, p. ex. rédiger un plan d'affaires ou de marketing, offrir une analyse des coûts ou prêter main-forte dans le développement du produit.

Depuis 1998, la Vaxjo University a restructuré son programme et l'a renommé « The School of Management and Economics ». La recherche actuelle sur le site Web de la Vaxjo University (mis à jour pour la dernière fois en 2000) a permis d'identifier les cours ci-dessous. Veuillez prendre note que les cours sont donnés en anglais et/ou en suédois :

- Faire des affaires en Europe (anglais);
- Entrepreneurship et leadership dans la nouvelle économie (maîtrise, suédois);
- Entrepreneurship et petite entreprise (programme de doctorat, anglais);
- Innovation et gestion du design (maîtrise, suédois);
- Commerce international (suédois);
- Programme de gestion et d'organisation (deuxième cycle – avancé; un semestre; anglais);
- Gestion d'organisations dynamiques (maîtrise; année complète; anglais).

Profil du corps professoral :

Le personnel du programme offert à la Vaxjo School of Management and Economics comprend un professeur d'université (permanent) qui en est également le recteur ainsi que quatre professeurs et quatre conférenciers ayant des compétences en comptabilité, en comportement organisationnel, en leadership, en gestion et en innovation. Cinq enseignants subalternes mettent la dernière main à leur doctorat dans divers domaines.

Centres d'entrepreneurship :

Le Département du leadership, de l'entrepreneurship et de l'organisation (LEO) réalise de vastes recherches sur tout un éventail de sujets, de méthodes et de perspectives. Une grande partie de cette recherche porte sur l'entrepreneurship et la création d'entreprises. Il existe également une connexion avec le SIRE (Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship), un réseau dont font partie la Lund University et la Halmstad University.

(<http://www.xvu.se/utb>)

APPENDICE 14 : WHARTON SCHOOL OF BUSINESS

University of Pennsylvania, Philadelphie (Pennsylvanie) États-Unis

Le Goergen Entrepreneurial Management Program de Wharton est l'un des plus importants cours d'entrepreneurship du monde; il offre plus de 20 cours chaque année à plus de 2 000 étudiants et cadres.

Mission/objectifs :

« Fournir aux étudiants du M.B.A. ou de la majeure en gestion entrepreneuriale les compétences, outils d'analyse, perspectives et expériences qui les prépareront à une carrière d'entrepreneur autonome, d'entrepreneur familial ou d'entrepreneur dans une grande société. »

Objectifs :

1. Constituer un réseau entrepreneurial à Wharton et à l'U of Penn, lequel repose sur un programme d'activités de qualité.
2. Mettre sur pied une infrastructure de recherche de carrière qui procurera un accès à l'information et à des débouchés professionnels dans de nouvelles entreprises dynamiques.
3. Favoriser la création d'une nouvelle entreprise par l'entremise d'une série régulière d'ateliers, de discours prononcés par des cadres entrepreneurs, de conférences électroniques et d'un soutien continu au concours de préparation de plans d'affaires.

Méthodes d'enseignement : Pas précisé sur le site Web.

Conception :

Le programme offre un vaste éventail de cours d'entrepreneurship, des majeures étant offertes à la fois au premier cycle et au deuxième cycle. Il est intéressant de noter que les étudiants ont aussi l'occasion de concevoir une majeure individualisée, en gestion entrepreneuriale, avec, comme tuteur, un membre du corps professoral.

Cours de premier cycle en gestion entrepreneuriale :

- Entreprise chinoise dans le contexte mondial
- Prise de décisions entrepreneuriales
- Lancement d'une activité entrepreneuriale
- Lancement d'une activité entrepreneuriale : Gestion d'entreprises familiales
- Expérience pratique en consultation de petites entreprises

Maîtrise en administration des affaires – majeure et cours :

La majeure comprend cinq crédits :

- un crédit du programme de base en gestion;
- le cours Entrepreneurship et Lancement d'une entreprise est obligatoire pour la majeure et il s'agit d'un préalable à de nombreux cours d'entrepreneurship;
- Trois crédits parmi les suivants :

Conception et élaboration de produits; Négociations; Gestion de la technologie; Capital de risque et souscriptions privées; marketing entrepreneurial; Innovation; Changement et entrepreneurship; Entrepreneurship en haute technologie; Gestion du capital de risque et des souscriptions privées; Stage au Wharton Technology Entrepreneurship; Nouvelles entreprises : mise sur pied de votre entreprise; Planifier et gérer la croissance; Entrepreneurship sur Internet; Entrepreneurship par des acquisitions; Aspects légaux de l'entrepreneurship; Stratégies et pratiques des entreprises à contrôle familial; Projet d'études avancées en gestion entrepreneuriale; Étude indépendante en gestion entrepreneuriale.

Profil du corps professoral :

Un corps professoral composé de plus de 20 professeurs et praticiens donne les cours aux étudiants de premier et de deuxième cycles et il guide les initiatives d'un éventail d'entrepreneurs, allant d'élèves du secondaire à des cadres supérieurs. Parmi ces vingt membres du corps professoral, quatre sont des professeurs permanents et les autres ont divers niveaux d'accréditation universitaire et professionnelle.

Centres d'entrepreneurship :

Bien qu'il ne soit pas fait mention d'un centre d'entrepreneurship en particulier, il existe un réseau entrepreneurial. Le Club d'entrepreneurship de Wharton permet d'accroître l'expérience entrepreneuriale à l'École en combinant l'ensemble des ressources dont dispose Wharton et en établissant à la fois un réseau interne et externe que soutiennent l'École et la collectivité. « Le E-Club est devenu le principal réseau de l'université pour faire la promotion de l'activité entrepreneuriale parmi les étudiants, les anciens et les chercheurs qui démarrent de nouvelles entreprises, qui y travaillent ou qui conseillent les nouvelles entreprises dans des environnements de forte croissance. »

(wysiwyg://http://www.wharton.upenn.edu/mba/curriculum/mgmt_em.html)

Le Club mise sur les ressources suivantes pour solidifier le réseau entrepreneurial :

1. Programmes d'entrepreneurship de Wharton
2. Snider Entrepreneurship Research Centre
3. Georgen Entrepreneurial Management Program
4. Concours de plan d'affaires de Wharton (25 000 \$)
5. Wharton Small Business Development Centre
6. Club d'entrepreneurship technologique (SEAS)

(wysiwyg://http://www.wharton.upenn.edu/mba/curriculum/mgmt_em.html)

APPENDICE 15 : ENTREPRENEURIALISER L'ENVIRONNEMENT D'APPRENTISSAGE

Le Comité des collèges de l'Atlantique pour le développement entrepreneurial a mis au point un modèle d'atelier de perfectionnement professionnel qui permet aux instructeurs de comprendre en quoi consiste un environnement entrepreneurial et qui explique comment créer cet environnement dans une classe. L'atelier est offert en français et en anglais.

Mission/objectifs :

- Positionner les collèges du Canada atlantique comme des chefs de file reconnus en ce qui a trait à l'enseignement, aux pratiques et à la culture de nature entrepreneuriale, pour favoriser la croissance économique.
- Développer une mentalité entrepreneuriale chez l'apprenant en créant des contextes d'apprentissage de type entrepreneurial.
- Faire l'expérience d'un environnement collégial où la culture entrepreneuriale est une priorité.

Méthodes d'enseignement :

Les instructeurs entreprennent un voyage expérientiel. Ils deviennent des apprenants. Au cours de ces deux journées et demie, ils acquièrent une meilleure compréhension des risques associés à l'adoption d'une approche entrepreneuriale dans la classe et ils apprennent la façon de gérer ces risques efficacement. Ils apprennent également les uns des autres en partageant leurs pratiques exemplaires. Tout au long de l'atelier, les instructeurs ont à relever le défi de faire un lien entre tout le matériel et leur propre situation de classe. On les encourage à intégrer l'entrepreneurship dans leurs contextes d'enseignement quotidiens.

Conception de l'atelier :

La conception de l'atelier repose sur la méthodologie d'enseignement. Elle inclut l'enseignement traditionnel, une occasion de faire une introspection, l'apprentissage par les apprenants (panel étudiant), l'apprentissage dispensé par les praticiens (*Dining with Dynamo's* – d'anciens étudiants devenus des entrepreneurs prospères), un partage de pratiques exemplaires liées aux méthodes d'enseignement entrepreneuriales, une discussion sur la réticence possible des élèves et une franche discussion sur la perspective de créer un environnement d'apprentissage entrepreneurial.

APPENDICE 16 : PROGRAMME DES COMPÉTENCES EN GESTION (PCG)

Université Dalhousie, Halifax (Nouvelle-Écosse) et University College of Cape Breton, Sydney (Nouvelle-Écosse)

Le Programme des compétences en gestion (PCG), offert à l'Université Dalhousie et au University College of Cape Breton (UCCB), mène à un certificat en entrepreneurship auquel peuvent s'inscrire les étudiants de toutes les disciplines pour compléter leur programme actuel qui mène à un diplôme; il a été mis sur pied pour aider les étudiants de toutes les disciplines à explorer, à développer et à exploiter l'option entrepreneuriale. « Le PCG fait fond sur le modèle de Swinburne et il fait appel à une pédagogie à trajets multiples qui fait appel à l'expérience comme enseignant et fait de l'étudiant une partie intégrante du plan d'apprentissage. » [TRADUCTION] (Leach et Mortley, 2000 : 13). L'Université Dalhousie et l'University College of Cape Breton ont tous deux mis en œuvre un programme appelé Programme des compétences en gestion (PCG). « Le programme d'études individuel est adapté pour pouvoir atteindre les résultats clés de l'entrepreneurship et les étudiants bénéficient du soutien additionnel requis. » [TRADUCTION] (Leach et Mortley, 2000 : 13). Ce modèle présente un intérêt non seulement parce qu'il insiste sur l'apprentissage expérientiel, mais encore parce qu'il s'agit d'un certificat auquel peuvent s'inscrire les étudiants de toutes disciplines qui suivent déjà un programme de deuxième cycle.

Le Centre de développement et d'éducation en entrepreneurship¹ (CDEE) a mis au point le PCG pour l'Université Dalhousie et l'UCCB dans le but d'accroître le nombre de diplômés qui lancent leur propre entreprise, ce qui a pour effet de faire évoluer la culture entrepreneuriale dans l'enseignement postsecondaire. Le CDEE offre en outre un *Symposium à l'intention des éducateurs en entrepreneurship de l'Atlantique*, lequel donne aux éducateurs en entrepreneurship de toute la région de l'Atlantique, à tous les niveaux, une occasion de former un réseau et d'examiner des stratégies pour travailler ensemble.

Mission/objectifs :

Le PCG a été élaboré pour aider les étudiants de toutes les disciplines à explorer, à développer et à utiliser l'option entrepreneuriale.

Méthodes d'enseignement :

Le processus du PCG fait appel à des instructeurs qui s'occupent des aspects théoriques du programme et à un coordonnateur qui voit aux activités hors classe et au soutien du programme, en collaboration avec l'instructeur. Le coordonnateur veille à ce que les étudiants bénéficient du soutien non pédagogique additionnel dont ils ont besoin pour réussir le programme. Les étudiants bénéficient du soutien et du counselling nécessaires tout au long du programme. L'instructeur et le coordonnateur universitaire du PCG vont

¹ Le CDEE est une organisation financée par la province; elle a le mandat d'encourager l'enseignement entrepreneurial chez les jeunes grâce à un enseignement entrepreneurial, à la conception de recherche et de programmes, au perfectionnement professionnel et à l'entrepreneurship communautaire.

retenir les services de spécialistes, de mentors et d'entrepreneurs et autres personnes pour aider les étudiants à atteindre leurs objectifs. Le coordonnateur aura la responsabilité de l'évaluation des étudiants, de la surveillance, de la consultation et de la mise en œuvre du cadre du PCG. Il facilitera en outre les séances de groupes de pairs et les séances interdisciplinaires, contribuera à l'élaboration du portfolio, encouragera les séances de formation de réseaux et offrira un soutien général. L'instructeur devrait être familier avec les activités et les mettre à exécution d'une manière qui permettra d'obtenir le soutien du coordonnateur. On encourage l'instructeur à communiquer fréquemment avec le coordonnateur du PCG pour synchroniser et harmoniser l'apprentissage en classe avec l'apprentissage hors de la classe.

Conception : Le PCG est offert sur trois ans ou sur quatre ans.

1^{re} année – Deux cours de base d'un seul semestre

Introduction aux problèmes de gestion I.

Introduction aux problèmes de gestion II.

2^e année – Deux cours d'un semestre, choisis par l'étudiant à même son programme de deuxième cycle et approuvés par le conseiller, pour appuyer son plan d'entreprise.

3^e année - Deux cours d'un semestre, choisis par l'étudiant à même son programme de deuxième cycle et approuvés par le conseiller, pour appuyer son plan d'entreprise (Si l'étudiant choisit le programme de trois ans, alors le cours de synthèse de deux semestres doit être suivi au cours de cette année.)

4^e année – Un cours de synthèse de deux semestres à mettre au point.

Activités d'apprentissage et d'évaluation :

Composantes obligatoires :

Mini-entreprise (activité obligatoire du PCG) – On demande aux étudiants de démarrer une entreprise avec un investissement de un dollar. Ils doivent concevoir un produit ou un service, le réaliser et remettre un rapport au plus tard dans une semaine.

Interview (activité obligatoire du PCG) – Interviewer un entrepreneur. S'assurer que l'entrepreneur « sait quelque chose que vous voulez apprendre ».

Portfolio d'entreprise personnel (activité obligatoire du PCG) – Il s'agit d'un projet qui s'étend sur toute la période des cours de base. Il se veut un document évolutif qui sera modifié à mesure que l'étudiant progressera dans le PCG et il se veut un répertoire de documents qui relie l'étudiant à ses intérêts en affaires.

Profil du corps professoral :

Le corps professoral universitaire (permanent) de base équivaut à un professeur à plein temps ayant des compétences en finances, en comptabilité, en technologie de l'information, en science de la gestion et en économique à l'University College of Cape Breton (UCCB). À l'Université Dalhousie (Dal) le corps professoral de base équivaut à un universitaire praticien détenant un M.B.A. de l'Université de l'Ouest de Ontario, un CMA de la Society of Management Accountants, un B.Comm de l'Université Dalhousie.

Plus haut diplôme	Universitaire	Praticien universitaire	Universitaire praticien	Praticiens	Moniteurs*
Ph.D.	1 (UCCB)				
Maîtrise			1 (Dal)		
Bacc.					
Total					2-1 UCCB 1 Dal

**Termes : « Moniteur » - coordonnateur qui facilite les activités hors classe ou le soutien relatif au programme en collaboration avec l'instructeur. Le coordonnateur veille à ce que les étudiants bénéficient du soutien additionnel hors programme dont ils ont besoin pour réussir le programme.*

« Universitaire » désigne un membre du corps professoral universitaire permanent.

« Praticien universitaire » désigne les universitaires qui ont de l'expérience en création d'entreprises.

« Universitaire praticien » désigne les praticiens du domaine qui sont prospères et qui ont des titres universitaires acceptables.

« Praticien » désigne un praticien prospère qui ne détient qu'un diplôme.

Centre d'entrepreneurship :

Le Centre de développement et d'éducation en entrepreneurship (CDEE) a mis au point le PCG dans le but d'accroître le nombre de diplômés qui lancent leur propre entreprise, ce qui a pour effet de faire évoluer la culture entrepreneuriale dans l'enseignement postsecondaire. Le CDEE offre en outre un *Symposium à l'intention des éducateurs en entrepreneurship de l'Atlantique*, lequel offre aux éducateurs en entrepreneurship de toute la région de l'Atlantique, à tous les niveaux, une occasion de former un réseau et d'examiner des stratégies pour travailler ensemble.

Autres programmes : ACE-Dal; ACE-DalTech.

APPENDICE 17 : EXPLICATION DES ACRONYMES UTILISÉS

ABI	American Business Institute
ACEI	Australian Centre for Entrepreneurship and Innovation
APECA	Agence de promotion économique du Canada atlantique
CATA	Association canadienne de technologie de pointe
CDEE	Centre de développement et d'éducation en entrepreneurship
EBSCO	Elton B. Stevens Company
ERP	Enterprise Resource Planning
PCG	Programme des compétences en gestion
EVCA	Association européenne de Venture Capital
EVMA	The European Venture Management Association
FEM	Foundation for Entrepreneurial Management
IMC	Intermediate Management Core
LEAD Award	Leadership and Excellence in Academic Development
LEO	Department of Leadership, Entrepreneurship, and Organization
MEI	Maîtrise en entrepreneurship et innovation
MTE	Mineure en entrepreneurship technologique
PEI Club	Programme d'entrepreneurship et d'innovation
SBI	Small Business Institute
SIRE	Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship
USASBE	United States Association for Small Business and Entrepreneurship
WIIFM	What's In It For Me Qu'est-ce que cela me rapporte?



Entrepreneurship in University
Environments

L'Environnement universitaire
de l'entrepreneurship

