

Certificat en marketing - 4206

RESPONSABLES :

Bryan Boudreau-Trudel
819 762-0971 poste 2634

François-Michel Denommé
819 762-0971 poste 2289

SCOLARITÉ :

30 crédits, Premier cycle

OBJECTIFS :

Le certificat en marketing vise à permettre à l'étudiant de situer la fonction marketing à l'intérieur de l'organisation et de comprendre, planifier et déployer une stratégie de marketing de produits et services, en commerce traditionnel ou électronique, à l'échelle locale ou internationale.

Le diplômé du certificat en marketing devrait être en mesure de :

- Développer un plan de marketing à partir de données de la recherche marketing et de l'analyse des environnements interne et externe
- Déployer les stratégies de mix marketing quant au développement de produit, à l'établissement du prix et à la détermination des canaux de distribution traditionnels ou électroniques.
- Maîtriser les outils du mix de communication marketing notamment la publicité, les relations publiques, les réseaux sociaux et la force de vente.
- Comprendre les défis éthiques du marketing en contexte national et international.

CONDITIONS D'ADMISSION :

Base collégiale

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

Base études universitaires

Être titulaire d'un diplôme universitaire.

Base expérience

Être âgé d'au moins 21 ans et démontrer une préparation et des aptitudes suffisantes pour entreprendre des études universitaires; ces connaissances pourront être évaluées à l'aide de tests et (ou) d'entrevues lorsque requis. Ces candidats doivent également posséder une expérience jugée pertinente, avoir occupé une fonction au sein d'une organisation privée, publique ou sans but lucratif, ayant permis l'acquisition d'une expérience administrative. Cette expérience doit être attestée par une lettre de l'employeur. Une formation pertinente supérieure aux conditions minimales peut remplacer l'expérience.

OU

Être âgé d'au moins 21 ans et avoir réussi un minimum de trois cours universitaires.

PLAN DE FORMATION :

ADM1014	Commerce électronique (3 cr.) *
ADM2020	Gestion des technologies de l'information (3 cr.) *
ADM5125	Commerce international (3 cr.) (MKT1114) *
MAT1115	Statistique appliquée à la gestion (3 cr.) *
MKT1114	Administration marketing (3 cr.) *
MKT2310	Analyse de marchés et consommation (3 cr.) (MKT1114) *
	12 crédits optionnels

Cours optionnels

L'étudiant choisit 12 crédits parmi les suivants

ADM1107	Gestion des organisations (3 cr.) *
ADM1205	Comportements humains au travail (3 cr.) *
ADM5105	Environnement économique de l'entreprise (3 cr.) *
FIN1113	Administration financière (3 cr.) (SCO1908) *
JUR1121	Droit des affaires (3 cr.) *
MKT1156	Communication marketing (3 cr.) (MKT1114)
SCO1908	Introduction à la comptabilité (3 cr.) *

* : Disponible à distance

NOTES :

L'étudiant peut également inclure dans ses cours optionnels, un ou des cours

choisis parmi l'ensemble des cours en sciences de la gestion de l'Université avec l'autorisation de la direction du Module.