

Certificat en marketing - 4206

RESPONSABLES :

Louis Bélisle
819 762-0971 poste 2287

Julie-Andrée Girard
819 762-0971 poste 2219

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 :

Cours obligatoires

MAT1115	Statistique appliquée à la gestion (3 cr.) *
MKT1000	Marketing (3 cr.) *
MKT2000	Recherche marketing et comportement du consommateur (3 cr.) (MKT1000) *
MKT2005	Communication marketing (3 cr.) (MKT1000) *
MKT2010	Ventes et gestion des ventes (3 cr.) (MKT1000) *
MKT3000	Marketing numérique (3 cr.) (MKT1000) *
MKT3005	Marketing international (3 cr.) (MKT1000) *
MKT3010	Stratégie marketing (3 cr.) (MKT2000) *
	6 crédits optionnels

Cours optionnels

L'étudiant choisit 6 crédits parmi les suivants

ADM1000	Gestion des organisations (3 cr.) *
ADM1500	Économie (3 cr.) *
ADM2020	Gestion des technologies de l'information (3 cr.) *
ANG1000	Anglais des affaires (3 cr.) *
FIN1000	Gestion financière I (3 cr.) (SCO1000) *
GRH1000	Gestion des ressources humaines (3 cr.) *
IAF2005	Intelligence d'affaires (3 cr.) (ADM2020) *
JUR1000	Droit des affaires (3 cr.) *
SCO1000	Comptabilité fondamentale (3 cr.) *

SCO2200 Comptabilité de gestion (3 cr.) (SCO1000) *

* : Disponible à distance

Règlements pédagogiques :

Pour s'inscrire au cours ANG1000 - Anglais des affaires, l'étudiant doit minimalement obtenir un niveau intermédiaire au test de classement.

Pour la reconnaissance des acquis, certaines exigences doivent être respectées et elles sont présentées dans le document suivant : <https://www.uqat.ca/telechargements/etudes/lignes-directrices-module-gestion.pdf>.

Toutes les personnes étudiantes devront avoir accès à Internet, à des écouteurs, à un microphone, à une caméra et être en possession d'un appareil leur permettant le visionnement et la participation aux cours offerts à distance, dans le cadre du programme.