

**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)<br>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.