

BACCALAURÉAT EN ADMINISTRATION DES AFFAIRES – RÉGIME COOPÉRATIF

Concentration: Marketing

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES DANS LE PROGRAMME MARKETING

Objectifs du programme B.A.A. concentration Marketing:

- Développer chez l'étudiant.e une compréhension conceptuelle, analytique et pratique de la fonction marketing visant l'atteinte des objectifs organisationnels.
- Fournir une formation solide fondée sur la résolution des problèmes et la prise de décision liées au marketing en interaction avec les autres fonctions de l'entreprise.
- Familiariser l'étudiant.e avec les développements les plus récents de la discipline marketing.
- Former des gestionnaires qui ont une ouverture d'esprit, une capacité de réflexion critique et des habiletés de travail en équipe afin qu'ils soient capables d'exercer dans un environnement en constante évolution.
- D'être sensibilisé à l'intégrité et l'éthique professionnelle.
- Permettre aux étudiant.e.s de mettre en pratique les connaissances acquises par l'entremise de projets de session et de stages en entreprises.
- Accentuer le réseautage des étudiant.e.s avec les praticiens du monde des affaires.

STAGE 1

2^e année complétée:
(sous supervision)

- peut aider les gestionnaires dans l'élaboration et la mise en œuvre d'un plan marketing
- peut assister dans la collecte et l'analyse des données secondaires.
- peut assister les gestionnaires dans la préparation de matériel promotionnel.
- peut aider dans l'identification des marchés.
- peut assister dans les fonctions de représentant des ventes, monter des présentoirs et participer à l'étalage des produits dans les commerces de détail ou autres organisations.
- peut assurer le service à la clientèle.

STAGE 2

3^e année complétée:
(sous supervision et/ou assistance périodique)

- peut réaliser des études de marché.
- peut faire des entrevues de groupe (focus groups), bâtir un questionnaire d'enquête et analyser des données à l'aide du logiciel Excel ou SPSS.
- peut diagnostiquer le potentiel des marchés cibles.
- peut assister les gestionnaires dans l'élaboration d'une campagne de relations publiques et dans la préparation de matériel promotionnel.
- peut assister l'équipe de vente et préparer des programmes d'amélioration du service à la clientèle et de la qualité.
- peut assister à l'élaboration du plan marketing de l'entreprise.
- peut accomplir diverses fonctions associées à l'offre de produits et services dans les organisations.

STAGE 3

4^e année complétée:
(sous supervision avec un certaine autonomie)

- peut analyser/rédiger/présenter des rapports relatifs aux problèmes de marketing.
- peut réaliser une étude de marché, effectuer la recherche, la cueillette et l'analyse statistique de données primaires et secondaires.
- peut préparer le plan marketing de l'entreprise.
- peut aider le responsable d'équipe dans le but d'atteindre les objectifs de commercialisation.
- peut préparer une campagne promotionnelle.
- peut faire des prévisions de la demande.
- peut assister l'entreprise dans ses activités de commercialisation internationale.

LISTE DES COURS EN MARKETING

ADMK 1310 Introduction au marketing	ADMK 3366 Relations publiques	ADMK 4315 Marketing international
ADMK 2353 Comportement du consommateur	ADMK 3367 Publicité et promotion	ADMK 4366 Stratégie de marketing
ADMK3340 e-marketing	ADMK 3368 Commerce de détail	ADMK 4370 Recherche commerciale II
ADMK 3352 Recherche commerciale I	ADMK 3380 Le marketing des services	ADMK 4373 Négociation et mission commerciale
ADMK 3360 Gestion de la force de vente	ADMK 3393 Séminaire I en marketing	

Bureau de l'enseignement coopératif

Université de Moncton – Moncton (Nouveau-Brunswick) E1A 3E9