

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 ainsi que la responsabilité sociale des organisations.
- 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: <i>(sous supervision)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • peut aider les gestionnaires dans les activités diverses liées au plan marketing de l'entreprise. • peut assister dans la collecte et l'analyse des données secondaires. • peut assister les gestionnaires dans la préparation de matériel promotionnel. • peut assister dans les fonctions de représentant des ventes, monter des présentoirs de marchandise 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: <i>(sous supervision et/ou assistance périodique)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • peut contribuer à la réalisation des études de marché. • peut aider à faire des entrevues de groupe (focus groups) ou à monter un questionnaire d'enquête et peut effectuer des analyses de bases à l'aide du logiciel Excel ou SPSS. • peut aider à diagnostiquer le potentiel des marchés cibles. • peut assister les gestionnaires dans l'élaboration et dans la préparation de matériel de communication marketing hors ligne et en ligne. • peut assister l'équipe de vente et aider à la préparation de stratégies d'amélioration du service à la clientèle et du recouvrement. • 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: <i>(sous supervision avec un certaine autonomie)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • peut analyser/rédiger/présenter des rapports relatifs aux problèmes de marketing. • peut accompagner dans la réalisation d'une étude de marché, effectuer la recherche, la cueillette et l'analyse de données primaires et secondaires. • peut aider au développement de la stratégie marketing de l'entreprise. • peut préparer le plan marketing de l'entreprise, l'exécuter et assurer les mesures de performance. • peut préparer une campagne de communication marketing intégrée incluant le volet digital. • peut assister l'entreprise dans ses activités de commercialisation internationale.

LISTE DES COURS EN MARKETING

ADMK 1310 Introduction au marketing ADMK 2353 Comportement du consommateur ADMK 3341 Marketing digital ADMK 3352 Recherche commerciale I ADMK 3360 Vente	ADMK 3365 Com. marketing intégrée ADMK 3368 Commerce de détail ADMK 3380 Le marketing des services ADMK3384 Relation et expérience client ADMK 3393 Resp sociale des organisations	ADMK 4315 Marketing international ADMK 4366 Stratégie de marketing ADMK 4371 Recherche commerciale II ADMK 4373 Négociation et mission commerciale
--	--	---

BACHELOR IN BUSINESS ADMINISTRATION – CO-OP PROGRAM

Marketing Major

SKILLS ACQUIRED DURING THE PROGRAM

Program objectives with Marketing and Coop options:

- Develop the student's conceptual, analytical, and practical understanding of the role of Marketing in the achievement of organisational goals.
- Provide a solid education based on problem resolution and decision making relating to marketing in interaction with other functions in the organisation.
- Familiarise the student with the most recent developments in marketing.
- Form managers who have an open mind, critical thinking and teamwork skills so they are able to practice in a changing environment.
- Bring awareness of integrity and professional ethics as well as social responsibility of organizations.
- Acquire and develop sound and effective practical skills through projects and summer work terms.
- Accentuate networking among students and practitioners in the business world.

Work term 1 2 nd year completed: <i>(under supervision)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Can help managers in various activities related to the company's marketing plan. ▪ Can assist in the collection and analysis of secondary data. ▪ Can assist management in the preparation of promotional material. ▪ Can assist the sales force in the display and merchandising of goods and products in various retail establishments. ▪ Can provide and ensure customer service.
Work term 2 3 rd year completed: <i>(under supervision and/or periodical assistance)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Can contribute to the realization of market studies. ▪ Can help with group interviews (focus groups) or survey questionnaires and can perform basic analyzes using Excel or SPSS software. ▪ Can help diagnose a target market's potential. ▪ Can assist management in the development and preparation of offline and online marketing communication materials. ▪ Can assist the sales force and can participate in the implementation of effective customer service and quality improvement programs. ▪ Can assist in the preparation of the organization's marketing plan. ▪ Can realize various functions associated with the offering of goods and services to various organisations.
Work term 3 4 th year completed: <i>(under supervision with some autonomy)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Can analyze, write, and present reports pertaining to marketing issues. ▪ Can assist in carrying out market research and collecting and analyzing primary and secondary data. ▪ Can help develop the company's marketing strategy. ▪ Can prepare the company's marketing plan, execute it and ensure performance measures. ▪ Can prepare an integrated marketing communication campaign including the digital component. ▪ Can assist the company in its international marketing activities.

LIST OF MARKETING COURSES IN THE PROGRAM

ADMK 1310 Introduction to Marketing ADMK 2353 Consumer Behavior ADMK 3341 Digital Marketing ADMK 3352 Marketing Research I ADMK 3360 Sales	ADMK 3365 Integrated Marketing Communication ADMK 3368 Retailing ADMK 3380 Services Marketing ADMK3384 Relationship and experiential marketing ADMK 3393 Social responsibility of organizations	ADMK 4315 International Marketing ADMK 4366 Strategic Marketing ADMK 4371 Marketing Research II ADMK 4373 Negotiation and Trade Mission
--	---	--