

BACCALURÉAT 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: <i>(sous supervision)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 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: <i>(sous supervision et/ou assistance périodique)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 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: <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 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 2353 Comportement du consommateur ADMK3340 e-marketing ADMK 3352 Recherche commerciale I ADMK 3360 Gestion de la force de vente	ADMK 3366 Relations publiques ADMK 3367 Publicité et promotion ADMK 3368 Commerce de détail ADMK 3380 Le marketing des services ADMK 3393 Séminaire I en marketing	ADMK 4315 Marketing international ADMK 4366 Stratégie de marketing ADMK 4370 Recherche commerciale II ADMK 4373 Négociation et mission commerciale
--	--	---

Bureau de l'enseignement coopératif

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

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.
- 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
2nd year completed:
(under supervision)

- Able to assist managers in the implementation of the organisation's marketing plan.
- Can assist in the collection and analysis of secondary data.
- Can assist management in the preparation of promotional material.
- Can assist in market identification.
- Can assist the sales force in the display and merchandising of goods and products in various retail establishments.
- Able to provide and ensure customer service.

Work term 2
3rd year completed:
(under supervision
and/or periodical
assistance)

- Able to carry out a market study.
- Can undertake focus group interviews and personal interviews, prepare survey questionnaires and analyse data with either Excel or SPSS software.
- Can diagnose a target market's potential.
- Can assist management in the preparation of a public relations campaign and promotional material.
- 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 marketing plan.
- Able to realize various functions associated with the offering of goods and services to various organisations.

Work term 3
4th year completed:
(under supervision with
some autonomy)

- Able to analyze, write, and present reports pertaining to marketing issues.
- Able to participate and carry out a market research, collect and analyse primary and secondary data.
- Able to prepare a marketing plan.
- Can assist team leaders in the achievement of marketing objectives.
- Can develop a marketing campaign.
- Able to forecast demand for products and services.
- Can assist the organisation with international marketing activities.

LIST OF MARKETING COURSES IN THE PROGRAM

ADMK 1310 Introduction to Marketing
ADMK 2353 Consumer Behavior
ADMK 3340 e-marketing
ADMK 3352 Marketing Research I
ADMK 3360 Sales Force Management

ADMK 3366 Public Relations
ADMK 3367 Advertising and Promotion
ADMK 3368 Retail Management
ADMK 3380 Services Marketing
ADMK 3393 Seminar I in Marketing

ADMK 4315 International Marketing
ADMK 4366 Strategic Marketing
ADMK 4370 Marketing Research II
ADMK 4373 Negotiation and Trade Mission

Bureau de l'enseignement coopératif

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