

Programme **COOP**

MARKETING



Cette formation est véritablement axée sur la pratique. En plus des trois stages inscrits au programme, plusieurs cours exigent des interventions réelles en entreprise, ce qui permet de développer des compétences recherchées dans le milieu. De plus, les professeurs encouragent très fortement les étudiants à participer à des concours interuniversitaires et internationaux tels que la Relève publicitaire, le Défi marketing et le Google Online Marketing Challenge, où nos futurs spécialistes du marketing se distinguent fréquemment en remportant des premiers prix.

En combinant de façon simultanée la spécialisation en marketing avec une formation générale en administration, ce programme de baccalauréat, qui est aussi offert en version bilingue français-anglais, permet non seulement d'acquérir les qualités et les connaissances essentielles au marketing, mais aussi de bien comprendre les éléments clés liés à la gestion et à l'entrepreneuriat. Avec leur esprit créatif et leurs habiletés pour l'organisation du travail, ces stagiaires pourront très certainement vous surprendre, vous ou vos clients!

DES EXEMPLES DE CE QUE NOS STAGIAIRES PEUVENT FAIRE POUR VOUS

Publicité et promotion

- Organisation d'événements
- Conception de matériel promotionnel
- Élaboration de stratégies de marketing Web
- Réalisation de plans marketing

Gestion

- Gestion de projet
- Planification budgétaire
- Évaluation des coûts

Analyse et recherche

- Étude et recherche de produits et de marchés
- Conception de sondages
- Identification du profil des consommateurs
- Étude aux points de vente
- Veille technologique et concurrentielle

Distribution

- Logistique du transport et gestion de distribution
- Gestion des stocks
- Gestion de la rotation et du placement des produits

Vente et développement

- Soutien stratégique à l'équipe de vente
- Développement d'affaires et des marchés
- Mise en œuvre et application de programmes de fidélisation ou de vente
- Représentation corporative (foires, salons, festivals et congrès)
- Mise en marché de nouveaux produits et services
- Élaboration de planogrammes



CONNAISSANCES ET COMPÉTENCES

Session	Description
S-1	Notions de base en marketing; résolution de problèmes de gestion; technologies de l'information; introduction à la comptabilité; principes qui régissent l'entreprise; processus de gestion; logique de fonctionnement d'un système comptable; présentation d'états financiers.
S-2	Approfondissement des notions de gestion; comportement des consommateurs et identification de nouveaux marchés; rapport annuel et analyse financière; outils informatiques de l'administrateur; gestion des ressources humaines; traitement et analyse statistique des données.
S-3	Études de marché; outils de la communication marketing; conception de plans de communication marketing intégrée; gestion des communications marketing de l'entreprise; droits des affaires et des entreprises; étapes du processus de recherche en marketing; théories, concepts et pratiques de la gestion financière; principes micro et macroéconomiques.
S-4	Efficacité des sites Web, techniques de référencement organiques et payant des sites Web, stratégies marketing sur les réseaux sociaux, stratégies marketing mobile, gestion de l'équipe de vente; techniques de fixation du prix; outils de formulation, de mise en œuvre (implémentation) et de contrôle d'un programme de ventes; développement de plans d'assortiments de magasins, techniques de merchandising et d'aménagement de magasin en commerce de détail.
S-5	Techniques de vente; plans de pénétration de marchés internationaux; techniques avancées de vente; marketing mix dans un contexte business-to-business, gestion de relations interentreprises; stratégie de marketing de services; la culture de service; l'environnement physique d'un système de servuction.
S-6	Stratégie de marketing et applications particulières en recherche marketing; analyse de la concurrence et veille concurrentielle; analyse de la clientèle; application des connaissances acquises en marketing dans la réalisation d'un plan d'actions commerciales; études de localisation de commerces de détail.

AGENCEMENT DES SESSIONS D'ÉTUDES (S) ET DES STAGES DE TRAVAIL (T)

1re année			2e année			3e année			4e année
AUT	HIV	ÉTÉ	AUT	HIV	ÉTÉ	AUT	HIV	ÉTÉ	AUT
S-1	S-2	T-1	S-3	T-2	S-4	T-3	S-5	S-6	
	S-1	S-2	S-3	T-1	S-4	T-2	S-5	T-3	S-6