

Programme COOP

COMMUNICATION MARKETING

Baccalauréat et maîtrise en quatre ans



Ce programme intensif jumèle parfaitement l'esprit créatif de la communication à la rigueur scientifique du marketing, et ce, dès les premières sessions. Il permet de développer plusieurs connaissances et compétences liées à la gestion, au comportement du consommateur et à la création d'outils de communication efficaces. Ainsi, les futurs diplômés de cette discipline auront acquis une véritable compréhension des enjeux organisationnels et une maîtrise exceptionnelle des éléments de la communication marketing.

En plus d'acquérir ces habiletés, les étudiants développent également une parfaite maîtrise de la langue française et des compétences avancées en langue anglaise. À la fin de leur formation, les étudiants obtiendront un baccalauréat en communication et une maîtrise en administration. Voici enfin, pour vous, les meilleurs gestionnaires de la communication marketing de demain!

DES EXEMPLES DE CE QUE NOS STAGIAIRES PEUVENT FAIRE POUR VOUS

Communication

- Rédaction de textes promotionnels, journalistiques, administratifs et techniques
- Planification et production de stratégies de communication
- Conception de plans de communication
- Organisation d'événements
- Relations publiques et relations de presse
- Idéation et conception publicitaire
- Communication interne

Marketing

- Étude de marché
- Mise en marché
- Stratégies de commercialisation
- Sondage, recherche et analyse
- Cybermarketing (e-marketing)

Multimédia

- Conception et mise à jour de sites Web
- Rédaction et gestion de contenu (Web, blogues et médias sociaux)
- Production multimédia (montage audio, vidéo, 2D et 3D)

Gestion

- Gestion de projet
- Planification budgétaire
- Analyse des coûts



CONNAISSANCES ET COMPÉTENCES

Session	Description
S-1	<p>Introduction à la communication et au marketing Connaissance des grandes entreprises, organismes et politiques régissant les communications; maîtrise des outils de bureautique et de production multimédia (suite Adobe); maîtrise des normes du français écrit (grammaire et analyse). Fondements du marketing (commercialisation, consommateur, marketing-mix, promotion et ventes).</p>
S-2	<p>Planification stratégique et outils Planification de la communication : objectifs, stratégies et mise en oeuvre (publicité et relations pu-bliques); conception et mise à jour de sites Internet et de présentations multimédias; approfondissement des normes du français écrit (grammaire et analyse). Mathématiques de l'administration : statistiques, probabilités, mathématiques des finances.</p>
S-3	<p>Approfondissements disciplinaires Développement des compétences ciblées (ex. publicité, relations publiques, gestion des médias publicitaires). Compréhension de la gestion et de la culture d'entreprise; simulation de gestion d'entreprise; statistiques : échantillonnage, probabilité sur logiciel SPSS.</p>
S-4	<p>Mise en oeuvre des communications Communication interne (lettres et notes techniques, offres de service, comptes rendus, bulletins électroniques, rapports techniques); communication orale (présentation, sollicitation et conférence); approfondissement des modèles théoriques qui régissent la communication. Apprentissage du langage comptable : états financiers, formes économiques et juridiques, systèmes comptables; analyse du comportement du consommateur.</p>
S-5 S-6	<p>Perfectionnement en communication marketing Création publicitaire électronique et imprimée; relations publiques (relations de presse, relations avec les groupes de pression et les clients, promotion et événements spéciaux); programmation Internet (HTML, DHTML, SHTML, XHTML, Flash, Java) et production multimédia (animation 2D et 3D); analyse des enjeux associés aux technologies numériques. Recherche en marketing : recueil d'information, échantillonnage, analyse des données, rapport; stratégies de gestion : prise de décision financière, rentabilité des investissements, placements.</p>
S-7 S-8 S-9	<p>Maîtrise en communication marketing Perfectionnement, avec des professionnels du milieu, des notions de gestion de la marque (identité visuelle et emballage), de la planification média, de la promotion et du marketing direct, du commerce électronique; relation agence-client et aspects légaux; pratiques avancées des relations publiques (gestion de crise, planification du risque, gestion de l'opinion publique), des stratégies de création et des stratégies numériques.</p>

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

1 ^{re} année			2 ^e année			3 ^e année			4 ^e année (2e cycle)		
AUT	HIV	ÉTÉ	AUT	HIV	ÉTÉ	AUT	HIV	ÉTÉ	AUT	HIV	ÉTÉ
S-1	S-2	S-3	T-1	S-4	T-2	S-5	T-3	S-6	S-7	S-8	S-9