

Grade: Bachelier en administration des affaires (B.A.A.)**Crédits: 90**

Présentation

En bref

La formation se situe sur un continuum d'une durée de quatre années. Elle comprend le volet collégial qui donne accès à un DEC en Techniques administratives, option gestion de commerces et le volet universitaire qui donne accès à un Baccalauréat en administration des affaires, cheminement DEC-BAC en marketing. Grâce à une reconnaissance d'acquis de cours collégiaux équivalente à vingt-quatre crédits (8 cours universitaires) intégrant les formations collégiale et universitaire, les étudiants peuvent terminer le DEC et le baccalauréat en quatre ans, soit 10 sessions incluant deux sessions d'été. Ce cheminement permet aux étudiants de se réaliser dans leur champ d'études tout en leur permettant d'accéder au marché du travail plus rapidement. Dans le cadre du baccalauréat en administration des affaires, la spécialisation apparaît sur le diplôme, ce qui permet aux diplômés de se démarquer face aux futurs employeurs.

Objectifs du programme

Les diplômés du programme de baccalauréat en administration des affaires, cheminement marketing ont, à la fois, une formation générale sur toutes les fonctions de l'entreprise et une formation spécialisée dans la concentration marketing. La réalisation de travaux pratiques et de stages permet aux étudiants de se familiariser avec le milieu du travail.

Au terme de sa formation, l'étudiant aura atteint les objectifs suivants :

- Acquérir et maintenir, de façon autonome, une culture d'affaires générale composée d'un ensemble diversifié de connaissances et un comportement d'affaires caractérisé par la créativité et l'innovation, la responsabilité et l'autonomie, la propension à l'action et à l'initiative et la capacité de faire face au changement et de gérer le stress;
- Organiser efficacement et avec efficacité son travail, celui de son équipe, de façon autonome, en contexte d'affaires, à l'aide des différents outils et méthodes disponibles, informatiques ou autres;
- Prendre des décisions, porter des jugements, avec efficacité et efficacité, en ayant recours aux approches appropriées au contexte d'affaires;
- Avoir de la vision et faire preuve de créativité, d'imagination, d'innovation, de polyvalence et de flexibilité;
- Trouver, traiter et diffuser de façon autonome, efficacement et avec efficacité, l'information pertinente disponible au contexte d'affaires, tant quantitative que qualitative, à l'aide des outils appropriés, informatiques ou autres;
- Communiquer efficacement et avec efficacité en contexte d'affaires, tant oralement que par écrit, particulièrement en français mais de façon minimale en anglais, à l'aide de différents médias et des technologies de l'information et de la communication.

Concentrations, profils, cheminements

Le Baccalauréat en administration des affaires (cheminement DEC-BAC en marketing) offre deux cheminements : Cégep de Trois-Rivières et Collège Edouard-Montpetit. Pour s'inscrire dans le cheminement DEC-BAC Cégep de Trois-Rivières, l'étudiant doit indiquer le code 7174.

Avenir : Carrière et débouchés

Les diplômés du programme de baccalauréat en administration des affaires, cheminement DEC-BAC en marketing peuvent faire carrière dans les domaines du commerce de détail traditionnel ou faisant appel aux nouvelles technologies, des commerces en gros et de plusieurs entreprises de services. Certains peuvent être amenés à effectuer une étude de marché pour un nouveau produit, établir un plan de marketing pour une entreprise, ou encore, gérer un commerce de détail ou agir à titre de représentant des ventes ou d'agent promotionnel. D'autres s'intéresseront davantage au service à la clientèle ou au développement des affaires et intégreront

le départ de marketing de leur organisation. Finalement, soulignons que ce programme d'études offre une formation polyvalente en mesure de contribuer au succès de certains étudiants/entrepreneurs voulant démarrer leur propre entreprise ou agir à titre de consultants.

Atouts UQTR

Particularités

Tous les cours du volet universitaire sont offerts au Campus de Longueuil. L'étudiant peut obtenir, sur demande, un certificat en marketing au terme de la 3e année, moyennant la réussite de cours supplémentaires.

Les étudiants ont la possibilité de faire un stage en entreprise équivalent à six crédits et qui est généralement rémunéré.

Stages

Stages rémunérés

Les étudiants ont la possibilité de faire un stage en entreprise équivalent à six crédits et qui est généralement rémunéré.

Admission

Trimestre d'admission et rythme des études

Automne.

Ce programme est offert à temps complet et à temps partiel.

Conditions d'admission

Études au Québec

Base DEC

Le volet universitaire du DEC-BAC en marketing s'adresse aux étudiants inscrits au programme d'études collégiales de gestion de commerces (qui constitue le volet collégial du programme), dans l'établissement collégial suivant, partenaire avec l'UQTR du cheminement DEC-BAC en marketing :

Collège Edouard-Montpetit

L'étudiant inscrit au cheminement DEC-BAC intégré en marketing de cet établissement collégial bénéficie, après avoir complété et réussi la deuxième année du DEC en gestion de commerces, d'une admission automatique au baccalauréat en administration des affaires de l'UQTR, cheminement DEC-BAC en marketing.

Le candidat admissible qui n'a pas une cote R égale ou supérieure à 24 au moment de sa demande d'admission est admis conditionnellement à la réussite du cours RSE1001 Réussir ses études : reconnaître et consolider ses compétences (hors programme).

Tous les étudiants doivent se conformer aux conditions relatives à la maîtrise du français.

Note:

Selon le protocole d'entente du DEC-BAC, l'étudiant admis au programme doit respecter les conditions suivantes pour maintenir le droit de poursuivre ses études au programme :

- Réussir tous les cours des cinq premières sessions d'études avant d'entreprendre sa formation universitaire prévue au programme;

- Avoir réussi l'Épreuve uniforme de français au terme des cinq premières sessions d'études prévues à la grille de cheminement;

- Avoir réussi, au terme de la septième session d'études, tous les cours collégiaux de la grille de cheminement nécessaire aux fins de l'obtention du diplôme d'études collégiales;

- Avoir réussi, au terme d'une période maximale de cinq sessions universitaires consécutives, tous les cours universitaires de la grille de cheminement, nécessaires aux fins de l'obtention du diplôme d'études collégiales en technique en gestion de commerces.

Études hors Québec

Ce programme n'est pas offert aux candidats de l'international.

Structure du programme et liste des cours

À moins d'indication contraire, un cours comporte trois (3) crédits.

Cours obligatoires (45 crédits)

| | |
|---------|---|
| ADM1010 | Management des organisations |
| ADM1016 | Gestion stratégique des entreprises (ADM1010; ADM1065 ou BFI1012) |
| ADM1065 | Gestion financière |
| ADM1069 | Gestion des opérations |
| CTB1064 | Comptabilité de management pour gestionnaires (CTB1042 ou CTB1066 ou CTB1069 ou CTB1091 ou GIA1047) |
| CTB1091 | Comptabilité de base pour gestionnaires |
| DRA1001 | Droit des affaires I |
| ECA1010 | Analyse macroéconomique en gestion |
| ECA1011 | Economie managériale (ECA1010) |
| GPE1004 | Gestion renouvelée des ressources humaines |
| GPE1012 | Comportement organisationnel : l'individu |
| MKA1001 | Introduction au marketing |
| PAF1010 | Analyse quantitative de problèmes de gestion |
| REI1001 | Relations industrielles : défis et perspectives |
| SIF1020 | Systèmes d'information pour fins de gestion |

Cours optionnels (36 crédits)

L'étudiant choisit trois crédits parmi les cours suivants :

| | |
|---------|---|
| PAF1011 | Introduction à la gestion de projet (ADM1010 ou GRL1002) |
| SIF1040 | Nouvelles applications des technologies d'affaires (SIF1020 ou SIF1023) |

L'étudiant doit suivre les neuf cours suivants (vingt-sept crédits) :

| | |
|---------|--|
| ADM1075 | Gestion du marketing (MKA1008) |
| MKA1002 | Comportement du consommateur (MKA1001) |
| MKA1004 | Gestion des ventes de biens et de services (MKA1001) |
| MKA1005 | Le marketing international (MKA1001) |
| MKA1008 | Recherche commerciale (MKA1001) |
| MKA1010 | Gestion de la distribution et commerce de détail (MKA1001) |
| MKA1011 | Communication marketing intégrée (MKA1001) |
| MKA1012 | Les services, le relationnel et la marque (MKA1001) |
| MKA1013 | Commerce électronique et marketing numérique (MKA1001) |

L'étudiant choisit six crédits parmi les activités d'application suivantes :

| | |
|---------|--|
| GAE1033 | Stage en marketing (6 crédits) |
| GAE1034 | Projet d'application en marketing I |
| GAE1035 | Projet d'application en marketing II |
| MKA1014 | Mission commerciale export (6 crédits) (MKA1005) |

Cours complémentaires (9 crédits)

L'étudiant choisit neuf crédits parmi la liste des cours complémentaires suggérés. Certains cours sont offerts en ligne.

Consulter la liste.

Autres renseignements

Règlements pédagogiques particuliers

Inscription à un stage :

Pour s'inscrire à un stage, l'étudiant doit avoir complété au moins 54 crédits du programme.

MKA1014 Mission commerciale export :

Ce cours ayant un arrimage particulier avec des entreprises et un besoin d'analyse des marchés export pour ces entreprises, une lettre de motivation et un CV sont exigés pour permettre à l'entreprise de valider les candidatures des étudiants. Chaque étudiant doit se soumettre à une évaluation de sa compétence par le biais d'un test de connaissances en marketing international.

- Préalable 1 : Avoir réussi MKA1005 dans une session antérieure ou suivre et être en voie de réussir le cours MKA1005 en parallèle au cours MKA1014.

- Préalable 2 : Fournir une lettre de motivation qui explique les motivations et l'intérêt de l'étudiant pour ce cours et un CV.