

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.

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 Collège Edouard-Montpetit, l'étudiant doit indiquer le code 2508.

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, hiver, été.

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.

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 (39 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 d'enrichissement de programme - L'étudiant choisit trois crédits parmi les cours optionnels suivants :

ADM1031	Valeurs mobilières (ADM1065 ou CTB1079)
ADM1064	Séminaire de gestion des ressources humaines (GPE1004)
ADM1067	Décisions financières à long terme (ADM1065 ou CTB1079)
ADM1084	Entrepreneuriat et nouveaux modèles d'affaires (ADM1016)
ASR1007	Principes de l'assurance de personnes
ASR1008	Planification de retraite : aspects financiers (ADM1065 ou CTB1079)
ASR1009	Planification successorale (CTB1020)
BFI1009	Gestion du fonds de roulement (ADM1065 ou CTB1079)
BFI1010	Gestion financière appliquée aux PME (ADM1065 ou CTB1079)
BFI1011	Analyse financière (ADM1067 ou CTB1080 ou CTB1502)
BFI1015	Gestion de portefeuille (ADM1031)
BFI1016	Finance internationale (ADM1067 ou CTB1080)
BFI1017	Marché des capitaux et institutions financières (ADM1065 ou CTB1079)
CTB1018	Fiscalité I : particuliers (CTB1042 ou CTB1066 ou CTB1069 ou CTB1091)
CTB1020	Fiscalité II : entreprises et investisseurs (CTB1018)
CTB1092	Comptabilité avancée pour gestionnaires financiers (CTB1027 ou CTB1042 ou CTB1069 ou CTB1091; ADM1065)
ECA1012	Conjoncture et prévision macroéconomiques (ECA1010)
GAE1002	De la créativité à l'innovation (ADM1010)
GAE1003	Entrepreneuriat et démarrage d'entreprises (ADM1010)
GAE1042	Le managem. en entreprise familiale et la transmission d'entr. (ADM1010; GPE1012)
GAE1043	Gestion stratégique de la technologie et des entreprises technologiques (ADM1016)
GAE1044	Stratégies de croissance et collaborations externes (ADM1010)
GAE1045	Responsabilité sociale et gestion des parties prenantes des entreprises (ADM1010)
GAE1046	Management international (ADM1010)
GPE1003	Comportement organisationnel : groupes et équipes de travail (GPE1012)
GPE1005	Comportement organisationnel : changement et intervention (GPE1003 ou GPE1004)
GPE1006	Gestion des ressources humaines en contexte d'entreprises innovantes (GPE1004)
GPE1007	Gestion de la santé et sécurité au travail (GPE1004)
GPO1002	Gestion de l'approvisionnement
GPO1003	Planification et contrôle des opérations (ADM1069)

GPO1004	Gestion des stocks (ADM1069)
GPO1006	Logistique appliquée (ADM1069)
GPO1007	Gestion de la qualité (ADM1069; PAF1010)
GPO1008	Gestion des opérations dans les entreprises de services (ADM1069)
GPO1009	Gestion du transport et de l'entreposage (ADM1069)
GPO1010	Simulation de processus opérationnels (ADM1069; PAF1010)
GRH1001	Dotation en personnel (GPE1004)
GRH1002	Formation et développement des compétences (GPE1004)
GRH1003	Fondements en gestion stratégique des ressources humaines (GPE1004)
GRH1004	Gestion de la rémunération (GPE1004)
GRH1005	Développement de la fonction ressources humaines (GPE1004)
GTA1010	Analyse d'affaires et élaboration de solutions TI (SIF1020)
GTA1015	Les progiciels de gestion intégrés (SIF1020)
GTA1020	Gestion des données et intelligence d'affaires (SIF1020)
GTA1025	Gestion de projets SI et développement agile des technologies d'affaires (GTA1010)
GTA1030	Gestion stratégique de la transformation numérique (SIF1020)
GTA1035	Gestion de l'information et analytique des affaires (GTA1020)
GTA1040	Projet intégrateur (GTA1025)
REI1002	Administrer la convention collective
ROP1021	Optimisation

Cours complémentaires (6 crédits)

L'étudiant choisit deux cours parmi la liste des cours complémentaires suivants. 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.