

Crédits: 30**Présentation**

Ce programme est offert au campus de Trois-Rivières. Pour s'inscrire à ce programme au campus de Drummondville, le code de programme est 4637.

En bref

Comment améliorer l'attrait d'un commerce? Comment développer un réseau de distribution? Pourquoi un consommateur achète-t-il une marque plutôt qu'une autre? Comment adapter un produit ou un service aux besoins d'une clientèle particulière? Comment s'y prendre pour effectuer une étude de marché?

Le programme de certificat en marketing offre une formation spécialisée visant à répondre à de telles questions. Il s'agit d'un programme bâti sur la base de notre connaissance du monde des affaires et des défis qu'il présente. Son objectif général est d'amener les candidats à acquérir des connaissances théoriques et pratiques et à développer des habiletés dans le domaine du marketing qui les rendront aptes à élaborer un processus de gestion systématique, adapté à leur champ d'intérêt.

Aujourd'hui, nombreuses sont les entreprises qui ne sont guidées que par la conception qu'elles ont du marketing. Pour réussir, elles se doivent de rechercher et de déceler continuellement les opportunités de marché, qui sont avant tout le reflet des besoins et des désirs des consommateurs encore incomplètement satisfaits par les produits et les services existants.

L'importance du marketing pour nos entreprises

L'importance du marketing comme fonction de l'entreprise n'a plus à être démontrée. Le contexte concurrentiel dans lequel évoluent nos organisations représente une contrainte souvent gérée par l'élaboration de stratégies de positionnement permettant d'identifier des opportunités de marché et de mieux exploiter des avantages concurrentiels. Une organisation, aussi petite soit-elle, a besoin d'expertise en marketing. Les plus grandes ont souvent un département de marketing et engagent des personnes ayant une formation et une expérience dans cette discipline. Les petites et moyennes entreprises font de plus en plus appel aux services de consultants ou d'agences de marketing et de publicité pour la réalisation de projets précis tels que les études de marché, l'identification des profils des clientèles cibles, l'élaboration de plans de commercialisation, etc.

Objectifs du programme

Ce programme vise la formation de gestionnaires qui, par une meilleure compréhension de l'entreprise et de ses marchés, sauront élaborer et appliquer un plan de marketing. Son objectif général est d'amener l'étudiant à acquérir des connaissances théoriques et pratiques et à développer des habiletés dans le domaine du marketing qui le rendront apte à élaborer un processus de gestion systématique adapté à son champ d'intérêt. La raison d'être de ce programme est de permettre aux étudiants ayant une expérience de travail ou une formation de base dans le domaine du marketing ou dans un domaine connexe de se familiariser avec les outils d'analyse et de décision propres à ce champ d'études.

Avenir : Carrière et débouchés

Qu'il s'agisse des tactiques traditionnelles ou des médias sociaux, le marketing est pratiqué tant par les individus que par les organisations. Pensons aux comptables, aux avocats ou à d'autres fournisseurs de services professionnels qui commercialisent leurs services sans oublier le commerce de détail ou le commerce interentreprises qui s'échangent des produits ou services entre eux. Le marketing ne sert pas qu'à faire des profits. Plusieurs organismes sans but lucratif (OSBL) pratiquent le marketing pour communiquer avec leur clientèle ou leurs membres comme c'est le cas des gouvernements, des hôpitaux, des salles de spectacles, des musées ou encore des groupes de protection de l'environnement. Selon les perspectives à long terme 2011-2020 du marché du travail

au Québec, le domaine de la gestion, de la vente et des services connaîtra une croissance de l'emploi près de la moyenne provinciale.

Admission

Trimestre d'admission et rythme des études

Automne, hiver, été.

Ce programme est offert à temps partiel.

L'étudiant qui souhaite suivre le cheminement à temps complet doit déposer une demande d'admission pour le trimestre d'été.

Conditions d'admission

Études au Québec

Base DEC

Être titulaire d'un diplôme d'études collégiales (DEC) sanctionnant un programme de formation générale ou professionnelle.

Base universitaire

Avoir réussi vingt et un crédits de cours universitaires.

Base expérience

Occuper ou avoir occupé une fonction permettant l'acquisition d'une expérience jugée pertinente par le Comité de sélection.

Pour le candidat adulte admissible dont on n'aura pu établir à l'aide du dossier qu'il possède des connaissances suffisantes, des cours d'appoint ainsi que le cours RSE1001 Réussir ses études : reconnaître et consolider ses compétences pourront lui être imposés.

Études hors Québec

Base études hors Québec

Être détenteur d'un diplôme d'études préuniversitaires totalisant 13 années.

OU

d'un diplôme d'études préuniversitaires totalisant 12 années et une année d'études universitaires (à moins d'ententes conclues avec le Gouvernement du Québec, tous les candidats, ayant 12 ans de scolarité devront compléter une année de mise à niveau).

OU

d'un baccalauréat de l'enseignement secondaire français (général ou technologique).

Structure du programme et liste des cours

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

Cours obligatoires (21 crédits)

MKA1001	Introduction au marketing
MKA1002	Comportement du consommateur (MKA1001)
MKA1004	Gestion des ventes de biens et de services (MKA1001)
MKA1008	Recherche commerciale (MKA1001)
MKA1010	Gestion de la distribution et commerce de détail (MKA1001)
MKA1011	Communication marketing intégrée (MKA1001)
SIF1020	Systèmes d'information pour fins de gestion

Cours optionnels (9 crédits)

Trois cours parmi les cours suivants :

ADM1010 Management des organisations

MKA1005 Le marketing international (MKA1001)

MKA1012 Les services, le relationnel et la marque (MKA1001)

MKA1013 Commerce électronique et marketing numérique (MKA1001)

Autres renseignements