Programme court de premier cycle en relation client et marketing - 9018

RESPONSABLE :

St-Jérôme

Véronique Le Gall
Directrice de module

Pour de plus amples informations :

Téléphone : 450 530-7616, poste 4195
Courriel : moduleadmsj@uqo.ca

SCOLARITÉ :

9 crédits, Premier cycle

OBJECTIFS :

Ce microprogramme offre une formation de base permettant d'acquérir des connaissances en marketing et stratégie de vente.

Objectifs spécifiques :
- S'initier aux techniques de base du marketing et s'entraîner à poser et à analyser des problèmes.
- Apprendre à gérer efficacement la vente personnelle et les équipes de représentants.
- Apprendre à planifier et à réaliser un plan de communication marketing intégré adapté au comportement des consommateurs.

INFORMATIONS SUR L'ADMISSION :

Lieu d'enseignement	Régime	Trimestres d'admission		
		Automne	Hiver	Été
St-Jérôme	TP	✓		

TP : Temps partiel

CONDITIONS D'ADMISSION :

Base collégiale

Être titulaire d'un diplôme d'études collégiales (DEC) ou l'équivalent.

Base études universitaires

Avoir réussi un minimum de 15 crédits universitaires avec une moyenne cumulative de 2,0 sur 4,3 ou l'équivalent.

Base expérience

Posséder des connaissances appropriées et avoir occupé pendant au moins douze (12) mois un poste dans le domaine de la gestion, de préférence dans un environnement requérant l'utilisation d'ordinateurs.

PLAN DE FORMATION :

Plan de formation

MKT1183	Marketing
MKT1253	Stratégie de vente (MKT1183)
MKT1283	Communication en marketing (MKT1183)

MKT1183

Marketing

Objectifs : Permettre à l'étudiant de se familiariser avec les techniques de base du marketing et de s'entraîner à poser et à analyser des problèmes. Lui permettre de formuler des recommandations cohérentes et logiques, tel qu'il le ferait au sein d'une organisation.

Contenu : Concept de marketing, marché, segmentation du marché, comportement du consommateur; dimensions et mesure des marchés. Mise en marché: produit, fixation du prix, canaux de distribution. Connaissances du marché: vente personnelle, promotion, gestion et contrôle du marketing. Affaires publiques, marketing international. Stratégie et plan marketing.

MKT1253

Stratégie de vente

Objectifs : Permettre à l'étudiant de développer des techniques et de gérer efficacement la vente personnelle et les équipes de représentants.

Contenu : Étude avancée du rôle de la vente et de l'organisation de la force de vente. Ce cours couvre en particulier : la planification, la prévision, la gestion et la mesure des efforts de vente; la sélection des territoires; enfin le recrutement, la formation et la motivation du personnel de vente.

MKT1283

Communication en marketing

Objectifs : À la fin du cours, l'étudiant sera en mesure de planifier et de réaliser un plan de communication marketing intégré adapté au comportement des consommateurs.

Contenu : Stratégie d'entreprise, plan marketing et plan de communication. Modèle de communication. Auditoires cibles et messages à transmettre. Outils de communication : publicité, promotion, force de vente, relations publiques, commandite, mécénat, lobbyisme, marketing direct. Moyens de communication : imprimés, médias de masse électroniques, web et réseaux sociaux. Plan média. Création de contenu. Intervenants. Cadre légal et éthique.