

**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, lobbying, marketing direct. Moyens de communication : imprimés, médias de masse électroniques, web et réseaux sociaux. Plan média. Création de contenu. Intervenants. Cadre légal et éthique.