

BACCALAURÉAT EN SCIENCES COMMERCIALES SPÉCIALISÉ (OPTION EN MARKETING) (OPTION COMPLÉMENTAIRE EN ENTREPRENEURIAT)

Le marketing est un système d'entreprises et d'activités organisationnelles pour la conception, la mise au point, la promotion et la distribution de biens et de services. Aussi le programme concentre-t-il ses efforts à enseigner comment et pourquoi les gens et les organisations mettent au point et achètent des biens et des services. Aujourd'hui, l'étude du marketing a dépassé son cadre traditionnel pour englober l'analyse et la compréhension du milieu où évoluent les fabricants et les consommateurs. Les nouvelles utilisations du marketing dans des activités non commerciales, comme les campagnes électorales et la promotion d'agences et de programmes gouvernementaux, font l'objet d'analyses et de discussions dans les cours avancés. Vu sa portée croissante et la complexité des décisions à prendre, le marketing exige la maîtrise des notions qualitatives et quantitatives, ainsi que des modèles, des techniques et des théories appartenant aux autres disciplines enseignées à l'École de gestion Telfer.

Ce programme est offert en français et en anglais.

Exigences du programme

Le régime d'enseignement coopératif est offert avec ce programme.

Le régime d'immersion en français est offert avec ce programme.

Les exigences de ce programme ont été modifiées. Les exigences antérieures peuvent être consultées dans les annuaires 2018-2019. (<http://catalogue.uottawa.ca/fr/archives>)

Cours du tronc commun

ADM 1700	Introduction à la gestion des affaires	3 crédits
ADM 1701	Le contexte social du monde des affaires	3 crédits
ADM 1740	Comptabilité financière	3 crédits
ADM 1770	Applications des technologies de l'information en gestion	3 crédits
ECO 1502	Introduction à la macroéconomie	3 crédits
ECO 1504	Introduction à la microéconomie	3 crédits
FRA 1518	Le français, langue des affaires	3 crédits
3 crédits de cours parmi :		3 crédits
PHI 1501	Raisonnement et pensée critique	
PHI 1701	Philosophie : idées et arguments	
MAT 1700	Méthodes mathématiques I	3 crédits
MAT 1702	Méthodes mathématiques II	3 crédits
ADM 2702	Analytique de gestion	3 crédits
ADM 2703	Les statistiques en gestion	3 crédits
ADM 2704	Application des méthodes statistiques en gestion	3 crédits
ADM 2720	Marketing	3 crédits
ADM 2736	Comportement organisationnel	3 crédits
ADM 2737	Gestion des ressources humaines	3 crédits

ADM 2741	Comptabilité de gestion	3 crédits
ADM 2750	Gestion financière	3 crédits
ADM 2772	Systèmes d'information de gestion	3 crédits
ADM 2781	Habilités de communication d'affaires	3 crédits
PHI 2797	Éthique des affaires	3 crédits
ADM 3701	Gestion des opérations	3 crédits
ADM 3718	Commerce international	3 crédits
ADM 4711	Management stratégique	3 crédits
Total:		72 crédits

Cours de l'option

ADM 3721	Comportement du consommateur	3 crédits
ADM 3722	Marketing des services	3 crédits
ADM 3723	Méthodes de recherche en marketing	3 crédits
ADM 3726	Gestion de la publicité et de la promotion des ventes	3 crédits
ADM 4722	Stratégie du marketing	3 crédits
ADM 4725	Projet de planification promotionnelle	3 crédits
3 crédits de cours optionnels en administration (ADM) ¹		3 crédits
Total :		21 crédits

Cours de l'option complémentaire

ADM 2713	La société entrepreneuriale	3 crédits
ADM 3713	Création d'une nouvelle entreprise	3 crédits
ADM 4715	Entrepreneuriat stratégique	3 crédits
ADM 4716	La gestion de l'innovation	3 crédits
Total:		12 crédits

Cours au choix

15 crédits de cours au choix hors faculté ²		15 crédits
Total:		15 crédits

Note(s)

¹ ADM 4726, ADM 4728 ou ADM 4729 sont recommandés.

² Un maximum de 6 crédits de cours peuvent être de niveau 1000.