

Microprogramme de premier cycle en marketing dans les PME

Téléphone : 514 987-3000 #8546
Courriel : mp.entrepreneuriat@uqam.ca
Site Web : esg.uqam.ca/programmes/microprogramme-en-marketing-dans-les-pme/

Code	Titre	Crédits
9113	Microprogramme de premier cycle en marketing dans les PME	15

Trimestre(s) d'admission	Automne Hiver
Contingent	Programme non contingenté
Régime et durée des études	Offert à temps partiel
Campus	Campus de Montréal

OBJECTIFS

Ce programme vise à développer les connaissances et compétences essentielles pour une reprise d'un rythme d'affaires soutenu et viable via la relance rapide des activités marketing, commerciales et adaptées au contexte de gestion des PME, tout en mettant à profit les qualités et ressources associées à l'orientation entrepreneuriale.

CONDITIONS D'ADMISSION

Capacité d'accueil

Le programme n'est pas contingenté.

Trimestre d'admission (information complémentaire)

Admission aux trimestres d'automne et d'hiver.

Connaissance du français

Tous les candidats doivent avoir une connaissance satisfaisante du français écrit et parlé. La politique sur la langue française de l'Université définit les exigences à respecter à ce sujet.

Base DEC

Être titulaire d'un diplôme d'études collégiales (DEC) approprié ou d'un diplôme équivalent québécois. Une moyenne académique minimale est exigée. Seuil minimal de la cote de rendement (cote R) : 21,00

Base expérience

Posséder des connaissances appropriées, être âgé d'au moins 21 ans et avoir travaillé au moins 2 ans dans le domaine de la gestion.

Base études universitaires

Au moment du dépôt de la demande d'admission, avoir réussi au moins 12 crédits de niveau universitaire ou l'équivalent. Une moyenne minimale de 2,0 sur 4,3 est requise.

Base études hors Québec

Être titulaire d'un diplôme obtenu à l'extérieur du Québec après au moins treize années (1) de scolarité ou l'équivalent. Une moyenne minimale de 11 sur 20 est requise.

(1) À moins d'ententes conclues avec le Gouvernement du Québec.

Régime et durée des études

En raison du préalable pour certaines activités, ce programme ne peut être suivi que sous un régime à temps partiel.

COURS À SUIVRE

(Sauf indication contraire, les cours comportent 3 crédits.)

Les cinq (5) cours suivants (15 crédits) :

MGT3123 Gestion de la PME
 MGT4125 Culture entrepreneuriale
 MKG3300 Marketing
 MKG5317 Marketing entrepreneurial
 MKG5323 Gestion de la force de vente

RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS

S'il est admissible au programme de certificat en dynamiques entrepreneuriales, l'étudiant ayant complété le microprogramme de premier cycle en marketing dans les PME pourrait se voir reconnaître, par voie de transfert, certains cours de ce microprogramme au certificat en dynamiques entrepreneuriales.

DESCRIPTION DES COURS

MGT3123 Gestion de la PME

Objectifs

Objectifs principaux du cours (basés sur les 3 E) et les objectifs spécifiques qui s'y rattachent : 1- Comprendre le monde entrepreneurial (Entrepreneur 1/3 du cours) : Identifier et comprendre les différences existantes entre entrepreneur, gestionnaire et technicien; Évaluer son potentiel entrepreneurial et développer ses habiletés à voir des opportunités; Saisir le processus d'opportunités, idée d'affaires et développer sa manière d'entreprendre. 2- Acquérir les principes de base de la gestion d'une PME dans son ensemble (Entreprise 1/3 du cours) : Maîtriser les principes de base des différentes fonctions de l'entreprise (ressources humaines, marketing, comptabilité, finance, gestion des opérations, stratégie) en contexte PME; Comprendre le processus de gestion d'une PME dans son ensemble; S'être doté d'un coffre d'outils pratique en management. 3- Connaître l'environnement complexe dans lequel opère une PME (Environnement 1/3 du cours) Reconnaître les symptômes des principaux problèmes auxquels peuvent faire face les PME; Faire une analyse diagnostic de l'environnement d'une PME et trouver des solutions adaptées à leurs conditions et à leurs ressources; Appliquer vos connaissances apprises à une situation réelle. Compétences transversales que le cours vise à développer : Esprit de synthèse; Analyse impartiale; Contribution significative au travail d'équipe; Évaluation des pairs; Présentation orale.

Sommaire du contenu

Le cours de gestion de la petite et moyenne entreprise propose une formation générale qui a pour objectif d'initier l'étudiant au contexte de la gestion d'une PME. On y voit les multiples formes de l'entrepreneuriat, ce qu'est un entrepreneur et une PME, mais aussi comment savoir adapter la gestion et les spécificités de ses différentes fonctions de l'entreprise qui diffèrent souvent de la grande entreprise. Une simulation en gestion d'entreprise initiera l'étudiant au contexte réel de la gestion d'une PME. Ce cours s'adresse aux personnes désirant se lancer en affaires ou travailler dans ce type d'organisation qui représente 97,9% des entreprises canadiennes.

Modalité d'enseignement

Cours donné en formule hybride ou à distance qui utilise des pédagogies actives.

MGT4125 Culture entrepreneuriale**Objectifs**

Au terme de ce cours, les étudiantes et étudiants seront en mesure de comprendre les aptitudes essentielles à la conduite d'un projet entrepreneurial sous la forme de six savoirs articulés : devenir entrepreneur(e), concevoir son projet, agir dans l'incertitude et la complexité, relier son projet au milieu, raconter son histoire entrepreneuriale et s'interroger sur soi et le processus. Enfin, ce cours devrait permettre de réaliser la synthèse des théories de base déjà acquises en gestion, de sorte que l'étudiante ou l'étudiant puisse faire le lien entre les différentes disciplines tout en reconnaissant leur interdépendance dans le cadre d'un projet entrepreneurial. Il devrait favoriser l'intégration des connaissances pratiques, acquises dans le cadre de l'apprentissage et de l'analyse de réels parcours entrepreneuriaux.

Sommaire du contenu

Le cours se déclinera ainsi autour des thèmes suivants : a. Savoir devenir entrepreneur et Savoir relier : 1. Diversité des profils entrepreneuriaux 2. Rôle du milieu et de la culture entrepreneuriale 3. Perspectives historiques et internationales de l'entrepreneuriat b. Savoir concevoir et Savoir agir : 4. Naissance de l'idée entrepreneuriale 5. Conception et expérimentation du projet 6. Processus entrepreneurial : incertitude, risque et complexité 7. L'effectuation en entrepreneuriat c. Savoir s'interroger et Savoir raconter : 8. Apprentissage et accompagnement en entrepreneuriat 9. Échec, résilience et difficultés entrepreneuriales 10. Raconter son projet : l'importance des narrations 11. Nouvelles tendances en entrepreneuriat

Modalité d'enseignement

Ce cours se fonde sur l'application des concepts enseignés à des situations réelles en entrepreneuriat par différents types d'activités : points de synthèse théoriques, discussions en sousgroupes, mises en situation concrètes, analyses de cas, invité(e)s de l'écosystème entrepreneurial et entretiens avec des entrepreneur(e)s illustrant des situations concrètes pour aider à lier théorie et pratique.

MKG3300 Marketing

Ce cours vise à permettre à l'étudiant d'acquérir les connaissances de base du marketing (concepts, méthodologie, etc.) et aider l'étudiant à sensibiliser une conscience sociale face aux problèmes d'opérationnalisation propres à cette discipline et à en faire une évaluation critique. De plus à la fin du cours, l'étudiant devrait connaître les domaines d'application du marketing. Il devrait aussi connaître les éléments de théories du comportement du consommateur et de la recherche. Enfin, il devrait avoir une connaissance théorique et opérationnelle des variables du «marketing-mix». - Concept du marketing. - Consommateurisme. - Comportement du consommateur. - Segmentation. - Planification et systèmes d'information. - Recherche et prévision. - Produit/services. - Prix. - Distribution. - Communication, publicité, promotion, ventes.

Modalité d'enseignement

Ce cours implique une utilisation intensive des technologies d'information et de communication. L'étudiant doit prévoir l'accès à un

micro-ordinateur et à Internet.

MKG5317 Marketing entrepreneurial**Objectifs**

Ce cours vise à apporter à l'étudiante et l'étudiant les connaissances et compétences marketing pertinentes pour valider les différentes étapes marketing du processus entrepreneurial, depuis l'idéation jusqu'aux premières ventes, en passant par la phase de validation du modèle économique et la formalisation des aspects marketing du modèle d'affaires. Au terme de ce cours, l'étudiante, l'étudiant sera en mesure de : Sélectionner et de valider un potentiel de ventes pour une offre de valeur donnée ; Valider les aspects marketing du modèle d'affaires ; Formaliser la stratégie marketing nécessaire à la création, la communication et la vente de l'offre de valeur, y compris jusqu'à l'étape des premières ventes ; Démontrer la légitimité d'un projet auprès des parties prenantes intéressées.

Sommaire du contenu

Connaissances des enjeux et spécificités des méthodes marketing en contexte entrepreneurial ; Légitimité du marketing et gestion des biais cognitifs individuels ; Enjeux et facteurs clés de succès des études de marché en contexte entrepreneurial ; Enjeux, composition et cycle de vie du portefeuille de ressources marketing ; Processus de validation de la proposition de valeur et gestion du portefeuille d'offre ; Processus de validation du potentiel marché et d'estimation des coûts et revenus marketing ; Processus de formalisation de la stratégie marketing en contexte de ressources restreintes ; Composition et planification des activités de communication ; Enjeux, composition et gestion du cycle de vie du portefeuille client.

Modalité d'enseignement

Les élèves seront encouragés à mettre en œuvre les différentes compétences et les outils en classe au travers de présentations magistrales, d'analyse de cas d'entreprises, de présentations en groupe. Les étudiantes et étudiants ayant un projet de création auront l'opportunité de mettre directement en œuvre les concepts et méthodes vus en cours afin d'élaborer les aspects stratégiques relatifs à la formalisation et la validation de leur modèle économique.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing OU MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie OU MOH1140 Gestion du marketing de la mode OU MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

MKG5323 Gestion de la force de vente**Objectifs**

Ce cours permettra aux personnes étudiantes d'acquérir les connaissances et les habiletés de base en gestion des ventes. Au terme du cours, les personnes étudiantes seront en mesure de : Comprendre le rôle du gestionnaire au sein de l'entreprise et auprès de sa clientèle ; Planifier des objectifs et des quotas ; Réaliser des analyses des ventes et de la performance de l'équipe de ventes ; Acquérir des habiletés en dotation et en rétention des membres de l'équipe de ventes ; Développer des outils de gestion de territoires et de prévision de ventes ; Accomplir des réflexions stratégiques et de développer des plans tactiques pour le développement des affaires.

Sommaire du contenu

Ce cours se divise en trois parties comme autant de fonctions de la gestion des ventes: La première partie consiste à comprendre la conception du plan de vente et la planification des activités de l'équipe de vente qui s'y rattachent soient, entre autres, la définition des marchés, la segmentation et le positionnement, la détermination des prix, la fixation des objectifs et des quotas et l'organisation des territoires. La deuxième partie vise à expliquer le déploiement du plan de vente notamment par le recrutement, la sélection et la formation des membres de l'équipe de vente; par la création d'un plan de rémunération favorisant l'atteinte des objectifs et par la promotion d'un leadership propice à la rétention et à la motivation des membres de l'équipe. Enfin, la troisième partie entend présenter l'évaluation de la performance collective de l'équipe et individuelle de chacun des membres qui la compose à l'aide d'outils qualitatifs comportementaux et

quantitatifs tels l'atteinte de quotas et autres.

Modalité d'enseignement

Cours magistral interactif Étude de cas Exercices

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

Cheminement type à temps partiel sur DEUX trimestres

Automne	MKG3300	MGT3123	MGT4125
Hiver	MKG5317*	MKG5323*	

* Préalable académique

N.B. : Le masculin désigne à la fois les hommes et les femmes sans aucune discrimination et dans le seul but d'alléger le texte.
Cet imprimé est publié par le Registrariat. Basé sur les renseignements disponibles le 05/02/25, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Automne 2025