

# MARKETING (MKT)

## MKT 2211 Principes de marketing 3 cr

Analyse des problèmes précis de marketing, l'accent étant mis sur l'analyse de différentes façons de maximiser les bénéfices dans le processus de la distribution des biens et des services; le marketing et la société.

**Equiv To:** MKT 2210

**Attributes:** Université de Saint-Boniface, Recommended Intro Courses

## MKT 3221 Recherche en marketing 3 cr

Étude de la planification et de la mise en oeuvre de la recherche comme exigence pour prendre des décisions éclairées en marketing. On ne peut se faire créditer MKT 3221 et MKT 3220.

**PR/CR: A minimum grade of C is required unless otherwise indicated.**

Préalables: Une note minimale de D dans MKT 2211 ou MKT 2210 ou l'autorisation professorale.

**Equiv To:** MKT 3220

## MKT 3231 Comportement du consommateur 3 cr

Étude de l'influence de l'environnement et de l'influence individuelle sur le comportement du consommateur.

**PR/CR: A minimum grade of C is required unless otherwise indicated.**

Préalable: MKT 2210 (D).

**Equiv To:** MKT 3230

## MKT 3291 Publicité 3 cr

Analyse du rôle et de la gestion de la publicité dans le cadre du plan marketing. Théorie de la communication et la formulation de messages publicitaires, établissement du budget, la sélection des médias et l'analyse de l'efficacité de la publicité.

## MKT 3301 Marketing international 3 cr

Analyse comparée des structures, des fonctions et des processus de marketing dans des environnements sociaux, culturels et économiques variés. Diagnostic de l'environnement externe et élaboration des stratégies de marketing mix international.

**PR/CR: A minimum grade of C is required unless otherwise indicated.**

Préalable : MKT 2211.

**Attributes:** Université de Saint-Boniface

## MKT 3311 Gestion de commerce de détail et du canal de distribution 3 cr

cr

**Equiv To:** MKT 3310

## MKT 4211 Gestion du marketing 3 cr

Examen des stratégies et des tactiques marketing que les managers utilisent pour leurs produits et services à différents niveaux du cycle de vie du produit. Utilisation des analyses qualitatives et quantitatives pour développer la pensée critique essentielle à la prise de décision en marketing. Ne peut être pris qu'en dernière année du programme. On ne peut se faire créditer le MKT 4211 et le MKT 4210.

**PR/CR: A minimum grade of C is required unless otherwise indicated.**

Préalables: [(MKT 3221 (D) ou le MKT 3220 (D) ou le MKT 3231 (D) ou le MKT 3230 (D))] et un cours additionnel de marketing niveau 3000 ou 4000 (D) et [ACC 1111 (D) ou ACC 1110 (D)]. Prérequis ou concomitant: seulement un des deux cours suivants: (MKT 3221 ou le MKT 3220 (D) ou MKT 3231 ou le MKT 3230 (D)).

**Equiv To:** MKT 4210

## MKT 4271 Administration des ventes 3 cr

Analyse de l'administration de la vente personnelle, y compris l'analyse de la fonction-vente, la supervision de la force de vente et la gestion des ventes.

**PR/CR: A minimum grade of C is required unless otherwise indicated.**

Préalable: MKT 2210 (D).

**Equiv To:** MKT 4270