

Gestion de commerces

1^{ère} année

<p>Introduction aux techniques de gestion Parce qu'il est une introduction aux trois programmes, ce cours permet à l'étudiant d'identifier les tâches à effectuer, les habiletés requises et les comportements à développer pour un technicien en comptabilité et gestion, en gestion de commerces et en assurances et produits financiers. On y voit aussi une introduction à l'ensemble des fonctions de l'entreprise.</p>	<p>Comptabilité II Ce cours est le second de la séquence et il est obligatoire pour les étudiants des trois programmes. On y met l'emphase sur l'enregistrement de transactions commerciales au moyen d'un logiciel comptable approprié à la petite entreprise, Simple comptable. On y aborde aussi les rapprochements bancaires, la production des différents formulaires reliés aux retenues à la source et aux taxes à la consommation.</p>
<p>Comptabilité I Dispensé aux étudiants des trois programmes, ce cours présente une introduction à la tenue de livres et à la comptabilité dans l'entreprise. On y examine la terminologie comptable, la notion de débit et crédit, les écritures comptables, les journaux et registres nécessaires, les pièces justificatives et formulaires gouvernementaux, le chiffrier et les états financiers.</p>	<p>Applications informatiques en gestion Ce cours est le deuxième cours d'informatique offert aux étudiants des trois programmes. Il permet de développer l'utilisation de Excel en gestion en privilégiant la construction de modèles, l'utilisation de macro-commandes, la création de liens dynamiques et la gestion des données.</p>
<p>Marketing Ce cours est suivi par les étudiants des trois programmes. L'emphase est mise sur l'analyse de l'information lors de la planification marketing, la détermination des objectifs et l'interrelation entre les éléments du mix marketing (produit, prix, distribution, communication).</p>	<p>Communications en affaires Ce cours permet de développer des habiletés de communication orale chez l'étudiant. Dans un contexte où l'étudiant doit avoir le souci du client et la recherche de sa satisfaction, ce cours mettra l'emphase sur les échanges tant à l'interne qu'à l'externe et leurs particularités respectives.</p>
<p>Introduction à l'informatique de gestion Ce cours sert à montrer les rudiments de plusieurs logiciels et l'utilisation du scanner pour permettre à l'étudiant d'en utiliser l'ensemble des fonctions de base dans différentes situations.</p>	<p>Droit des affaires Ce cours permet de sensibiliser l'étudiant aux impacts légaux des décisions d'affaires. Dans ce cours, l'emphase sera mise sur l'analyse des lois et jurisprudences afin de détecter la portée légale des actes, décisions, faits et gestes du technicien en gestion et des différents administrateurs des entreprises.</p>

Gestion de commerces

2^{ème} année :

<p>Aménagement des lieux de vente L'aménagement de commerce de détail est présenté dans ce cours. Un point de vente, quel qu'il soit, peut perdre des clients et des parts de marché s'il est mal agencé, mal organisé ou mal approvisionné. Le merchandising, parfois défini comme " le bon produit, au bon endroit, au bon prix, en bonne quantité et avec la bonne information " est aujourd'hui une discipline marketing à part entière, avec laquelle l'étudiant se familiarisera dans ce cours.</p>	<p>Publication assistée par ordinateur Ce cours permet à l'étudiant de mettre en pratique les notions de graphisme lors de la production de divers documents administratifs, qu'ils soient imprimés ou sur support électronique. On y étudie des notions de mise en pages et le logiciel Photoshop pour optimiser des images en vue de les utiliser dans divers documents.</p>
<p>Budget et mesures de performance L'étudiant est amené à préciser, de façon quantitative, les objectifs de l'entreprise par l'élaboration d'un budget. Dans le deuxième volet, où l'accent est mis sur la mesure des performances de l'entreprise, l'étudiant est amené à assurer le suivi du budget, identifier les principaux ratios financiers et choisir des indicateurs appropriés de la performance de l'entreprise.</p>	<p>Recherche commerciale Ce cours permet de réaliser une recherche quantitative selon une méthode descriptive. L'étudiant doit définir une problématique de recherche et les besoins d'information. Par la suite, il apprend à cueillir, traiter et analyser les données. Finalement il aura à interpréter les résultats et présenter un rapport global.</p>
<p>Stratégies de marketing Après avoir été familiarisé avec la base du marketing, dans le cours de stratégies de marketing, l'étudiant prend conscience de la notion de plan marketing. Il doit comprendre et appliquer les stratégies du marketing traditionnel et du marketing virtuel. L'étudiant doit analyser et effectuer de plans marketing pour différents types d'entreprise.</p>	<p>Marketing électronique I Dans le cadre de ce cours, l'étudiant est confronté aux caractéristiques du marketing électronique. Il prend conscience des différentes composantes nécessaires à la conception d'un site Web. Grâce à l'analyse de sites Web, il est confronté aux interactions entre les différentes fonctions de l'entreprise lors de la création de sites.</p>
<p>Éléments de graphisme et d'esthétique Ce cours permet à l'étudiant de se familiariser avec le graphisme : la typographie, la présentation de textes et d'images. Les règles apprises permettent la présentation efficiente de documents visuels imprimés ou sur support électronique.</p>	

Gestion de commerces

3^{ème} année :

<p>Gestion d'une équipe de vente Ce cours permet à l'étudiant de s'initier aux différentes activités de la gestion des ressources humaines telles l'embauche et la formation du personnel. Ces notions permettront à l'étudiant de saisir l'importance de la coordination efficace des individus au travail dans le but de réaliser les objectifs de l'entreprise.</p>	<p>Gestion des relations avec la clientèle Ce cours met l'emphase sur la recherche et la satisfaction de la clientèle. En intégrant les notions de comportement du consommateur, de méthodologie de recherche l'étudiant aura l'occasion de contextualiser ses apprentissages dans la perspective du service à la clientèle.</p>
<p>Approvisionnement Le service des approvisionnements contribue largement au succès de la plupart des organisations. Il joue un rôle clé dans l'implantation de stratégies menant à une meilleure efficacité et une plus grande compétitivité en réduisant les sommes investies dans les stocks, la portion du coût attribuable aux achats de matières et en haussant le niveau de qualité.</p>	<p>Marketing international Ce cours représente l'aboutissement du profil Amérique. Il permet à l'étudiant de déceler une occasion de faire des affaires avec un pays étranger en s'appuyant sur des techniques de recherche d'informations. L'étudiant élabore un plan d'exportation c'est-à-dire une stratégie pour pénétrer un marché étranger particulier.</p>
<p>Retail and Institutional Sales Entièrement donné en anglais ce cours permet d'approfondir les techniques de ventes abordées dans le cours de communication. Ce cours permet à l'étudiant à la fois de développer chez l'étudiant les notions de ventes et d'anglais des affaires. Ces apprentissages se font en appliquant les stratégies de gestion des relations avec la clientèle.</p>	<p>Stage en marketing Le stage permet à l'étudiant de développer ou d'assurer le suivi d'un plan marketing déjà élaboré par l'établissement, mettant en pratique l'ensemble des connaissances acquises dans le programme. D'une durée de trois semaines, il devra être réalisé dans une entreprise dont les activités ont trait, totalement ou partiellement, à l'importation ou l'exportation de marchandises.</p>
<p>Gestion de données Ce cours permet à l'étudiant d'apprendre le fonctionnement du logiciel Access. Il apprendra comment analyser une situation réelle pour la transposer en un modèle de données électronique et comment extraire une information à partir d'une série de données à l'aide de requêtes spécifiques.</p>	<p>Gestion des stocks Ce cours permet à l'étudiant de se familiariser avec les différentes techniques permettant une gestion efficace des stocks. L'emphase sera mise sur la planification des marchandises à acheter, l'achat, la gestion et la manutention des marchandises. Ce cours permet à l'étudiant de prendre des décisions relatives à la gestion des stocks ainsi que le suivi comptable des marchandises.</p>
<p>Publicité Ce cours permet à l'étudiant de connaître la publicité sous différents médias. En effet, les médias sont abordés en présentant leurs caractéristiques propres. De plus, l'étudiant doit concevoir des publicités pour chaque média.</p>	<p>Marketing électronique II Le cours permet à l'étudiant d'acquérir des outils pour réaliser une vitrine virtuelle. On y examine le HTML ou ses successeurs, les logiciels d'animation tel que Flash, des éditeurs de script variés et les outils les plus récents pour réaliser et installer des pages Web d'établissement.</p>