



Marketing



Niveau d'étude
BAC +1



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

Descriptif générique :

- Diagnostic et analyse micro et macroéconomique pour permettre à une entreprise d'agir sur un marché, et de mettre en lumière les tendances de marché, l'offre (concurrence) et la demande (comportement du consommateur)
- Analyse du contexte commercial et du comportement d'achat du client pour détecter ou valider les opportunités en vue du lancement d'un nouveau produit

Objectifs

Objectifs et problématique professionnelle :

Identifier les opportunités et les menaces dans l'environnement d'une organisation. Cet élément constitue le point d'étape préalable nécessaire à toute action sur un marché.

La problématique professionnelle consiste à analyser le contexte de marché dans lequel évolue une offre commerciale simple et le comportement d'achat du client vis-à-vis de cette offre.

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	10h
TP	Travaux Pratiques	10h

Modalités de contrôle des connaissances



Évaluation initiale / Session principale

Type d'évaluation	Nature de l'évaluation	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'évaluation	Note éliminatoire de l'évaluation	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			6		