



# Marketing mix



Niveau d'étude  
BAC +2



Composante  
Institut  
Universitaire de  
Technologie Le  
Creusot

## Présentation

### Description

- Donner une cohérence globale du marketing opérationnel de l'offre complexe avec le positionnement et la cible
- Prendre des décisions marketing en environnement complexe
- Adapter les choix opérationnels selon le contexte d'une offre complexe : B to B, international, digital, service ...

### Objectifs

- Mise en oeuvre d'une démarche marketing cohérente avec la stratégie choisie
- Proposition d'une offre opérationnelle en termes de produit/service, de prix, de distribution et de communication
- Intégration d'une posture et d'une démarche éthiques et responsables en intégrant les enjeux sociétaux et écologiques dans l'offre élaborée
- Prise en compte de l'environnement digital et/ou international

### Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	20h
----	-----------------	-----

### 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		2			