



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		