



Stratégie d'entreprise 2



Niveau d'étude
BAC +3



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

- Élaborer, développer et adapter une stratégie marketing dans un contexte complexe et instable
 - Mobiliser les outils de diagnostic de stratégie marketing dans un environnement complexe et instable
 - Développer un marketing responsable et durable (produits éthiques, locaux, gestion de l'origine, durable...)
 - Intégrer un esprit "positive business" au sein d'un collectif
-

Objectifs

- Fondamentaux de la stratégie
 - Outils spécifiques liés à la RSE et au "positive business"
 - Composantes d'une offre en situation de crise
 - Adaptation de l'offre dans un environnement instable en profitant des opportunités pour développer une offre à forte valeur ajoutée répondant aux problématiques de crise ou d'instabilité
-

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	16h
----	-----------------	-----

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		