



Stratégie marketing



Niveau d'étude
BAC +2



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Mettre en oeuvre une stratégie marketing pertinente selon l'activité et le marché
 - Utiliser les outils d'analyse pour positionner durablement les facteurs clés de succès
 - Appréhender les facteurs et enjeux des environnements complexes à un ou plusieurs niveaux
 - Identifier les étapes de la démarche marketing complexe intégrant une approche éthique et responsable
-

Objectifs

- Composants d'une stratégie marketing en environnement complexe
 - Éléments clés des spécificités d'un marché ou d'une activité : B to B, produit ou service, commerce international, activité digitale, etc., en cohérence avec le contexte local, national ou international
-

Heures d'enseignement

| | | |
|----|-----------------|-----|
| TD | Travaux Dirigés | 15h |
|----|-----------------|-----|

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 | | | 3 | | |