

# Marketing Mix - 2 R3.01

Composante  
Institut universitaire de technologie de Poitiers-Châtelleraut-Niort

---

## Présentation

### Description

**Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :**

- 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 | TD | 18h |
|----|----|-----|