

Marketing mix R2-10

Composante
Institut universitaire de technologie de Poitiers-Châtelleraut-Niort

Présentation

Objectifs

- * Apprécier les enjeux et les facteurs liés aux variables du marketing mix
- * Prendre les décisions marketing concernant la politique produit d'une offre simple
- * Prendre les décisions marketing concernant la politique prix d'une offre simple
- * Donner une cohérence globale au marketing mix en fonction du positionnement préalablement identifié

Heures d'enseignement

| | | |
|------------------------|----|-------|
| Marketing mix R2-10 CM | CM | 10,5h |
| Marketing mix R2-10 TD | TD | 9h |