R3.01 Marketing Mix 2 - TD

Composante
Institut universitaire de technologie d'Angoulême

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 ...

Contenu :
- 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

Objectifs

- AC21.03 | Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe
- AC21.04 | Concevoir un mix étendu pour une offre complexe

Heures d'enseignement

TD	TD	9h

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 16 septembre 2024