

Stratégie d'entreprise - 2 R6.01

Composante
Institut universitaire de technologie de Poitiers-Châtelleraut-Niort

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

Heures d'enseignement

CM	CM	4,5h
TD	TD	10,5h