

# Marketing Opérationnel

Composante  
**Institut universitaire de technologie de Poitiers-Châtellerault-Niort**

## Présentation

### Description

- Marketing mix : concepts, éléments et cohérence
  - Politique produit : cycle de vie, gamme, marque, packaging
  - Politique prix : objectifs, contraintes, méthodes de fixation
- 
- Politique de distribution : choix du circuit, référencement, Marque De Distributeur
  - Politique de communication : objectifs, stratégies, mix de communication, promotion des ventes
  - Conception, développement des nouveaux produits et évolution des gammes : enjeux, risques et différentes étapes (dont les tests marketing)

### Objectifs

- Appréhender l'ensemble des éléments de l'offre commerciale (le mix)
- Maîtriser les différents éléments constituant chaque élément du mix

### Heures d'enseignement

Marketing Opérationnel - CM	CM	12h
Marketing Opérationnel - TD	TD	15h

### Pré-requis obligatoires

Fondamentaux du marketing (UE11)



Concept et stratégie marketing (UE11)