

R2.10 Marketing mix

Niveau d'étude
Bac +1

Composante
Institut universitaire de technologie d'Angoulême

Présentation

Description

Contribution au développement de la ou les compétences ciblées

- 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

Objectifs

1.3 choisir une cible et un positionnement en fonction de la segmentation du marché

1.4 concevoir une offre cohérente et éthique en termes de produits, de prix, de distribution et de communication

Heures d'enseignement

Marketing mix CM	CM	2,5h
Marketing mix TD	TD	16h