

R4.01 Stratégie Marketing - TD

Composante
Institut universitaire de technologie d'Angoulême

Présentation

Description

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Mettre en oeuvre une stratégie marketing pertinente selon l'activité et le marché
- Utiliser les outils d'analyse pour positionner durablement les facteurs clés de succès
- Appréhender les facteurs et enjeux des environnements complexes à un ou plusieurs niveaux
- Identifier les étapes de la démarche marketing complexe intégrant une approche éthique et responsable

Contenu :

- Composants d'une stratégie marketing en environnement complexe
- Éléments clés des spécificités d'un marché ou d'une activité : B to B, produit ou service, commerce international, activité digitale, etc., en cohérence avec le contexte local, national ou international

Objectifs

- AC21.01 | Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques
- AC21.02 | Mettre en oeuvre une étude de marché dans un environnement complexe
- AC21.03 | Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe

Heures d'enseignement

TD

TD

6h