SAE 2.01 Marketing : marketing

Niveau d'étude	Composante
Bac +1	**Institut universitaire de technologie d'Angoulême**

Présentation

Description

Mettre en œuvre de façon éthique la stratégie commerciale d'une offre simple à travers les décisions marketing relevant du marketing professionnelle associée mix et de sa cohérence.
Apprécier les enjeux des variables du mix et des facteurs liés.
Comprendre la complexité d'une décision marketing, son besoin de cohérence avec la stratégie marketing de ciblage et de positionnement et les interactions dans l'entreprise.
Problématique professionnelle : Préconiser les déterminants marketing de l'offre commerciale simple en pleine appréciation des facteurs internes et externes

Objectifs

1.2 mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement simple (a minima étude quantitative en fonction de ce qui est traité sur le SAE marketing S1)
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 produit, prix, distribution et communication

Heures d'enseignement

TD	TD	20h
PT-BUT	Projet tutoré (BUT)	20h

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 20 septembre 2024