SAE Marketing : marketing mix 2-01

Composante
Institut universitaire de technologie de Poitiers-Châtellerault-Niort

Présentation

Objectifs

Mettre en œuvre de façon éthique la stratégie commerciale d'une offre simple à travers les décisions marketing relevant du marketing 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

Heures d'enseignement

CM	CM	4,5h
TD	TD	16,5h
PT-BUT	Projet tutoré (BUT)	20h
TP	TP	7h

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