



Marketing mix



Niveau d'étude
BAC +1



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

- Conception d'une politique de produit : cycle de vie, évolution saisonnière et temporaire, gamme et évolution des gammes, marque, packaging
 - Conception d'une politique de prix : objectifs, contraintes, méthodes de fixation
 - Préconisation d'une politique de communication et d'une politique de distribution
 - Mise en cohérence de la stratégie marketing (cible et positionnement choisis) avec les variables du mix (produit, prix, communication, distribution)
-

Objectifs

Contribution au développement de la ou des 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
-

Heures d'enseignement

TD

Travaux Dirigés

20h