



# Stratégie d'entreprise 2



Niveau d'étude  
BAC +3



Composante  
Institut  
Universitaire de  
Technologie Le  
Creusot

## Présentation

---

### Description

- Élaborer, développer et adapter une stratégie marketing dans un contexte complexe et instable
  - Mobiliser les outils de diagnostic de stratégie marketing dans un environnement complexe et instable
  - Développer un marketing responsable et durable (produits éthiques, locaux, gestion de l'origine, durable...)
  - Intégrer un esprit "positive business" au sein d'un collectif
- 

### Objectifs

- Fondamentaux de la stratégie
  - Outils spécifiques liés à la RSE et au "positive business"
  - Composantes d'une offre en situation de crise
  - Adaptation de l'offre dans un environnement instable en profitant des opportunités pour développer une offre à forte valeur ajoutée répondant aux problématiques de crise ou d'instabilité
- 

### Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	16h
----	-----------------	-----

---

### Modalités de contrôle des connaissances



## Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

Type d'évaluation	Nature de l'épreuve	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'épreuve	Note éliminatoire de l'épreuve	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			2		

---