

# Stratégie marketing



Niveau d'étude BAC +2



Composante Institut

Universitaire de Technologie Le Creusot

## Présentation

#### **Description**

#### 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**

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

### Heures d'enseignement

TD Travaux Dirigés 15h

#### Modalités de contrôle des connaissances

1/2 Année 2024-2025





# 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			3		

2/2 Année 2024-2025

