



Stratégie d'entreprise 2



Niveau d'étude
BAC +3



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

"Contenu :

- 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"

Objectifs

"Contribuer au développement de la ou des compétences ciblées :

- 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"

Heures d'enseignement

TD

Travaux Dirigés

15h

Modalités de contrôle des connaissances



Évaluation initiale / Session principale

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