



# 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

| 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                           |                                   |           |