

SAE 1.01 : Marketing : positionnement d'une offre simple sur un marché

Type : SAE Semestre : 1 Parcours : Tronc Commun

Description et Objectifs

Compétence ciblée :

- Conduire les actions marketing

Objectifs et problématique professionnelle : Identifier les opportunités et les menaces dans l'environnement d'une organisation. Cet élément constitue le point d'étape préalable nécessaire à toute action sur un marché. La problématique professionnelle consiste à analyser le contexte de marché dans lequel évolue une offre commerciale simple et le comportement d'achat du client vis-à-vis de cette offre.

Descriptif générique :

- Diagnostic et analyse micro et macroéconomique pour permettre à une entreprise d'agir sur un marché, et de mettre en lumière les tendances de marché, l'offre (concurrence) et la demande (comportement du consommateur)
- Analyse du contexte commercial et du comportement d'achat du client pour détecter ou valider les opportunités en vue du lancement d'un nouveau produit

Ressources Mobilisées

- R1.01
- R1.04
- R1.05
- R1.06
- R1.07
- R1.08
- R1.09
- R1.10
- R1.11
- R1.12
- R1.13
- R1.14
- R1.15

Apprentissages Critiques (AC)

- AC11.01
- AC11.02
- AC11.03

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET
Secrétariat

Caroline MILCENT-MONTIER
Zarhaa KHALED

Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr
iut-sec-tc@univ-lehavre.fr

Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr
Directrice des études BUT 1 – zarhaa.khaled@univ-lehavre.fr