ESC121 - Marketing des achats

Mis à jour le 12-03-2026

Code : ESC121

Unité d'enseignement de type mixte

4 crédits

Volume horaire de référence (+/- 10%) : **40 heures**

Responsabilité nationale : EPN15 - Stratégies / Jean-Michel RAICOVITCH

Contact national :

Cnam - EPN15

1D3P10, 37.2.12, 2 rue Conté 75003 Paris

par_esc.marketing@Lecnam.net

Présentation

Prérequis

Accessible aux auditeurs désirant se former ou se perfectionner dans le secteur des achats.

L'inscription est possible uniquement pour les élèves inscrits au parcours Achats du Titre RNCP de niveau II, Responsable commercial et marketing et/ou au certificat de compétence Mercatique achats des produits et services industriels.

Objectifs pédagogiques

Les **objectifs** de la formation sont les suivants :
- se doter d'une culture marketing orientée achats en environnement B2B (business to business) ;
- connaître les outils de l'analyse, de la stratégie et de l'action en marketing des achats : études, organisation, négociation...
- connaître et agir en fonction du cadre juridique des achats en utilisant l'ensemble des périphériques de la fonction.

Compétences

A l'issue de la formation, l'élève aura acquis les compétences nécessaires pour appréhender la place de la fonction achats dans une organisation. Il sera également capable de comprendre les aspects juridiques liés aux achats et maîtrisera les outils du responsables des achats.

Programme

Contenu

1 / Stratégie achats
- Historique et évolutions de la fonction et des relations clients / fournisseurs
- Le rôle stratégique des achats et la place de la fonction dans l'organisation.
- Types d'achats et leurs segmentations
- Les différentes formes d'actes d'achat
- Les éléments du processus d'achat et approvisionnement

2 / L'acheteur face aux marchés
- La problématique des achats en économie de marché
- L'expression du besoin.
- Le marketing achats et les techniques d'étude de marché.
- Les sources d'informations et la veille technologique et concurrentielle
- Le diagnostic de la situation des approvisionnements

3 / Les aspects juridiques
- Les principes juridiques appliqués aux achats
- Les achats publics
- Les délits liés à l'exercice des achats
- Les contrats

4 / La gestion des achats
- Les outils du responsable d'achats
- La communication interne
- Les tableaux de bord

Modalités de validation

- Contrôle continu

Description des modalités de validation

L'évaluation portera sur la participation, des QCM en contrôle continue et un examen final en ligne.

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Management des Achats	BRUEL
Marketing industriel	MICHEL - VALLA - SALLE
Toute la fonction achats	PETIT
La boite à outils de l'acheteur	CANONNE - PETIT