

# ESC210 - Mercatique industriel : Séminaire de cas pratiques de mercatique interentreprises

## Présentation

### Prérequis

Cette unité d'enseignement s'adresse à :

- des auditeurs diplômés de l'enseignement supérieur niveau Bac+3 ou 4 en Commerce, Gestion ou Economie ;
- des cadres expérimentés de la fonction commerciale désirant s'orienter vers les activités de commerce et marketing B2B (business to business) ;
- des cadres de la fonction technique, ingénieurs ou techniciens supérieurs, souhaitant se doter d'une culture Marketing B2B.

Une expérience professionnelle significative peut se substituer à un titre de niveau inférieur.

Il est obligatoire d'avoir suivi et validé les UE Mercatique des produits et services industriels I et II (ESC 207 et ESC 208) pour accéder à cette UE.

**L'admission se fait sur présentation de dossier avec agrément de l'enseignant responsable dans le cadre de l'inscription au master dans son intégralité.**

## Objectifs pédagogiques

Les objectifs de cet enseignement sont doubles :

- s'exercer à la pratique de l'analyse, du diagnostic et de la construction de Plans d'Actions en environnement B2B (business to business) ;
- savoir appréhender, utiliser et adapter les outils du Marketing B2B dans différents secteurs d'activité.

## Programme

### Contenu

Au cours de cet enseignement, les auditeurs sont appelés à traiter avec des enseignants venus du monde professionnel une dizaine de cas d'entreprises issues de différents secteurs d'activité, chaque cas traitant une dimension du Marketing B2B :

- Stratégie
- Marketing Opérationnel
- Achats
- Approche Grands-Comptes
- Approche Affaires ou Projets
- Communication
- Distribution

Etc...

Au cours de cet UE, les enseignements des UE ESC207 et ESC208 sont mis en pratique.

Des apports sont faits sur les points complémentaires suivants :

**Méthodologie du travail en équipe**

et

**Méthodologie des Etudes de Cas**

## Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Marketing Industriel (Economica).	MICHEL - VALLA - SALLE
Marketing B2B (Pearson Education)	MALAVAL - BENAROYA
Marketing d'affaires (Dunod)	COVA et SALLE

Mis à jour le 04-04-2019



### Code : ESC210

Unité d'enseignement de type cours

10 crédits

Volume horaire de référence (+/- 10%) : **75 heures**

**Responsabilité nationale :**

EPN15 - Stratégies / 1

**Contact national :**

Cnam - École MS - Département MIP

1D3P40, 37-2-07, 2 rue Conté  
75003 Paris

01 40 27 25 15

Rosa Alves Suzano

[rosa.alves\\_suzano@cnam.fr](mailto:rosa.alves_suzano@cnam.fr)

Tratiter et résoudre un cas pratique en management  
(Dunod)

MEIER - AYERBE -  
MISSONIER