

US181V - La mercatique des produits et services industriels

🌟 Valide le 19-06-2019

Code : US181V

Présentation

Prérequis

- Bac+4
- 2 ans d'expérience commerciale minimum ;
- admission sur dossier et entretien (si nécessaire) ;
- inscription obligatoire à l'ensemble du Master Droit, économie, gestion, mention commerce marketing, spécialité distribution vente ou du Magister Mercatique et management : direction mercatique.

4 crédits

Responsabilité nationale :

EPN15 - Stratégies / Maria-béatriz SALGADO

Contact national :

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

01 58 80 86 55

Zahra ADJLOUT

zahra.adjhout@cnam.fr

Objectifs pédagogiques

Cet enseignement a pour objectif de fournir à l'élève les compétences requises pour comprendre les spécificités du marketing appliqué aux relations d'entreprises à entreprises (B2B)

Programme

Contenu

- L'évolution des concepts en Marketing industriel : de l'économie industrielle au paradigme relationnel.
- La notion de filière de produit dérivé.
- Les spécificités du marketing B2B.
- Les politiques d'achat et leurs liens avec la stratégie de l'entreprise sur son marché.
- Les rôles des acteurs dans le processus d'achat.
- La fonction Achat au sein de l'organisation.
- Marketing B2B / B2C : l'approche du marché, l'approche produits/services, le processus décisionnel, les spécificités de la distribution.

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Marketing B2B Pearson 2009	Philippe MALAVAL, Christophe BENAROYA
Marketing Industriel Economica 2000	Daniel MICHEL, Robert SALLE, Jean-Paul VALLA