

Marketing B2B



ECTS
crédits



Composante
IAE Savoie
Mont Blanc

En bref

- › **Langues d'enseignement:** Français
- › **Méthode d'enseignement:** En présence
- › **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Objectifs

Ce cours permet à l'étudiant de s'initier à un marketing particulier très peu abordé au cours

des études (par contraste avec le marketing B to C). Il s'agit de comprendre les spécificités de

ce marketing et de mieux appréhender les notions de filières industrielles et le rôle des

différents acteurs BtB. Des études de cas permettent d'appliquer les réflexions vues en cours.

Mieux

Heures d'enseignement

Marketing B2B - CM	Cours Magistral	10,5h
Marketing B2B - TD	Travaux Dirigés	10,5h

Plan du cours

Introduction : Marketing Spécifiques et marketing B to B

Partie 1 : Les Marchés de Niche

Partie 2 : Emergence du Concept de Trade Marketing

Partie 3 : Le Demand Management

Partie 4 : Marketing industriel

Partie 5 : Plan de marchéage à l'international

Compétences visées

Maîtriser les concepts particuliers en lien avec le marketing industriel : demande

dérivée, filière, centre d'achat, leasing, e-procurement,...

- Connaître les principales entreprises qui interviennent dans les secteurs

industriels à l'échelon national et international

- Intérêt et connaissances des acteurs économiques professionnels

locaux/régionaux

Bibliographie

Lendrevie J., Levy J. et Lindon D. (2014), Mercator (Chap. 18), Dalloz Ed., 11ème ed., Paris.

Malaval P. et Bénaroya C. (2013), Marketing Business to Business, Pearson Education,

5ème ed., Paris.

Malaval P. et Bénaroya C. (2010), Marques B to B, Pearson Education, 4ème ed., Paris.

Infos pratiques

Lieux

➤ Anancy-le-Vieux (74)

Campus

➤ Anancy / campus d'Anancy-le-Vieux