

## UNITE 4 : APPROFONDISSEMENT ET SPECIALISATION

### MARKETING B TO B ET DES SERVICES

RESPONSABLE : ► ROMAIN LAZZARINI

FONCTION : ► DOCTEUR EN SCIENCES DE GESTION ET INTERVENANT EXTERIEUR

VOLUME HORAIRE : ► 20 heures

DESCRIPTIF ET OBJECTIFS GENERAUX DU COURS (5 A 6 LIGNES)

► CE COURS A POUR PRINCIPAL OBJECTIF DE PRESENTER DE FAÇON ASSEZ COMPLETE LE SECTEUR BTOB ET L'INTERVENTION DU MARKETING AU SEIN DES DOMAINES D'ACTIVITES LUI ETANT RATTACHES.

AU TRAVERS DE NOMBREUX EXEMPLES, LES PARTICIPANTS SERONT AINSI AMENES A IDENTIFIER LES PRINCIPALES DIFFERENCES ENTRE BTOC ET BTOB.

UNE PRESENTATION DES OUTILS DE MARKETING STRATEGIQUE POUVANT ETRE UTILISES DANS CE SECTEUR PERMETTRONT AUX ETUDIANTS DE COMPRENDRE COMMENT PASSER DE LA THEORIE A LA PRATIQUE.

THEMES DES SEANCES OU PLAN SUCCINCT DU COURS

► INTRODUCTION : DEFINITION DES CONCEPTS CLES ET PRINCIPAUX DOMAINES D'ACTIVITES DU BTOB.

1. LE MARKETING BTOB A L'ERE D'INTERNET.
2. SEGMENTATION-CIBLAGE-POSITIONNEMENT EN BTOB.
3. LE MARKETING MIX EN BTOB.
4. LES OUTILS STRATEGIQUES DU BTOB.
5. LES STRATEGIES DE MARQUE EN BTOB.

MODE D'EVALUATION (MODALITES DU CONTROLE CONTINU)

► CE COURS FAIT L'OBJET D'UNE DOUBLE EVALUATION.

LES ETUDIANTS DOIVENT REALISER UNE PRESENTATION ORALE. CETTE PRESENTATION REPRESENTE 50% DE LA NOTE.

LES ETUDIANTS DOIVENT ENSUITE PREPARER UN DOSSIER ECRIT VISANT A PRESENTER LA STRATEGIE MARKETING D'UNE ENTREPRISE EVOLUANT DANS LE SECTEUR BTOB. CE DOSSIER REPRESENTE 50% DE LA NOTE.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES BASIQUES (5 OUVRAGES AU MAXIMUM)

MALAVAL, P., BÉNAROYA, C. (2013). MARKETING BUSINESS TO BUSINESS. PEARSON EDUCATION FRANCE.

MALAVAL, P., BÉNAROYA, C. (2005). MARKETING BUSINESS TO BUSINESS: DU MARKETING INDUSTRIEL AU MARKETING D'AFFAIRES. PEARSON EDUCATION FRANCE.

MICHEL, S., PARDO, C. (2012). LA SPECIFICITE DU COMMERCE BTOB: QUELQUES REPERES HISTORIQUES. MANAGEMENT & AVENIR, (1), 156-166.

VIOT, C. (2014). LE MARKETING: LA CONNAISSANCE DU MARCHE ET DES CONSOMMATEURS : LA SEGMENTATION MARKETING-LE CIBLAGE ET LE POSITIONNEMENT, LE MARKETING MIX. GUALINO EDITEUR.