

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
G447	Marketing industriel	7	3	0	0	3	5

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Français
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Licence
Objectif du Cours	Ce cours se veut opérationnel. Il doit permettre à l'étudiant de comprendre les principales théories en marketing et leurs applications concrètes au sein de l'entreprise travaillant tant auprès du consommateur final qu'en B to B
Contenus	<p>1.er cours : Qu'est ce que le marketing ? Objectifs et controverses.</p> <p>2.ème cours : Analyse du comportement du consommateur</p> <p>3.ème cours : Analyse de l'achat industriel</p> <p>4.ème cours : Eléments d'analyse du marché</p> <p>5.ème cours : Synthèse et exemples</p> <p>6.ème cours : Etude de cas</p> <p>7.ème cours : Eléments de définition d'une stratégie marketing</p> <p>8.ème cours : L'analyse SWOT et ses prolongements</p> <p>9.ème cours : Ciblage et positionnement</p> <p>10.ème cours : le Marketing MIX</p> <p>11.ème cours : le Marketing MIX</p> <p>12.ème cours : le Marketing MIX</p> <p>13.ème cours : Les limites de l'analyse – Les spécificités du domaine industriel.</p> <p>14.ème cours : Cas et synthèse</p>
Ressources	<p>Nombreux ouvrages dont:</p> <p>Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing de Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon, Collectif</p> <p>Marketing Management de Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Delphine Manceau, Bernard Dubois</p> <p>Du matériel pédagogique et des cas analysés seront mis à disposition des étudiants sur Microsoft Teams.</p>

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
---------	----------------------