



Marketing B to B



Niveau d'étude
BAC +2



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

"Contenu :

- Veille et intelligence économique
 - Collaboration interne en vue de développer les opportunités commerciales
 - Contribution à la réactivité commerciale en développant la valeur ajoutée client"
-

Objectifs

"Identifier les spécificités du marketing B2B :

- Identifier le centre d'achat, ses acteurs et le processus d'achat B2B
 - Segmenter un marché B2B
 - Mettre en place le marketing-mix B2B
 - Utiliser les canaux relationnels B2B"
-

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	7h
TP	Travaux Pratiques	8h

Modalités de contrôle des connaissances



Évaluation initiale / Session principale

Type d'évaluation	Nature de l'évaluation	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'évaluation	Note éliminatoire de l'évaluation	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			4		