



# Marketing B to B



Niveau d'étude  
BAC +2



Composante  
Institut  
Universitaire de  
Technologie Le  
Creusot

## Présentation

---

### Description

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
- 

### Objectifs

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

### Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	22h
----	-----------------	-----

---

### Modalités de contrôle des connaissances



## Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

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

---