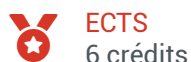


# Marketing et achats



ECTS  
6 crédits



Composante  
ENSMAC

## Présentation

**Code interne :** PCOMARKA

## Description

Ce module vise à permettre aux étudiants d'acquérir les fondamentaux en marketing et achat dans une entreprise et à développer les compétences qui y sont associées à travers des études de cas et un jeu d'entreprise.

A l'issue de ce cours, les étudiants seront en mesure de :

- Comprendre la démarche marketing depuis l'analyse de l'information jusqu'à l'élaboration d'un plan d'action marketing
- Identifier les spécificités du marketing BtoB, du métier d'acheteur et de la gestion de la relation achat
- Préparer, conduire et conclure une négociation achat

Ce module est conçu conjointement avec BSA et accueillera des étudiants de cette école.

## Syllabus

### Contenu

- Introduction à la démarche marketing et fondements du marketing (J.M. Balaste - 6h)
- Réalisation d'une étude de cas (J.M. Balaste - 3h)
- Travail de groupe, prise de décision, techniques de communication (E. Hauet - 3h)
- Présentation du projet marketing et support au projet : approfondissement de l'étude de marché (C. Rapaport - 3h)

Travail pour la séance suivante : lire chapitres 3, 2.3 et 10.1 du Marketing management 13ème édition / Pearson

- Suivi et support du projet marketing et support au projet : cahier des charges, packaging et communication (C. Rapaport - 3h)

Travail pour la séance suivante : lire chapitre 12.4 (p 442 à 445) du Marketing management 13ème édition / Pearson


- Suivi et support du projet marketing : élaboration d'un guide d'entretien (C. Rapaport - 3h)

Travail pour la séance suivante : Réalisation partie 1 du projet

- Projet marketing : Restitution 1 (C. Rapaport - 3h)

Travail pour la séance suivante : Réalisation partie 2 du projet

- Projet marketing : Restitution 2 (C. Rapaport - 3h)
- Présentation des achats (K. Geitzholz - 3h)
- Stratégies et Marketing achats (K. Geitzholz - 3h)
- Cahiers des charges et appels d'offre (K. Geitzholz - 3h)

- 
- Savoir lire un contrat dans une perspective de prévention des risques (K. Geitzholz - 3h)
  - Techniques de négociation en achat (K. Geitzholz - 3h)

## Responsable

Patrick Sauvart

---

## Informations complémentaires

Entreprises, Métiers et Cultures

---

## Bibliographie

Kotler, P., Keller, KL, Dubois, B. et Manceau, D. (2006), Marketing Management, 12ème édition, Pearson Education.

---

## 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
Contrôle Continu	Evaluation de compétences					

---

### Seconde chance / Session de rattrapage - Épreuves

Type d'évaluation	Nature de l'épreuve	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'épreuve	Note éliminatoire de l'épreuve	Remarques
Contrôle Continu	Evaluation de compétences					