ENSMAC

Marketing et achats

École / Prépa
ENSMAC

ECTS
6 crédits

Présentation

Code interne : PC0MARKA

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.

Heures d'enseignement

TI	Travaux Individuels	30h
CM	Cours Magistraux	50h

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, pakaging 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 Sauvant

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

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

Seconde chance / Session de rattrapage

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