



# 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

| 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                           |                                   |           |