

UM5MEE35 – Marketing industriel CFA (Industrial marketing)

Hajer HEDFI Mecavenir, Patrick Da Costa SU

2025-07-15 15:09:24 +0200

Informations générales

Title (EN)	Industrial marketing
Titre (FR)	Marketing industriel CFA
Nom du ou de la responsable de l'UE	Hajer HEDFI Mecavenir, Patrick Da Costa SU
Nombre d'heures de cours / Amount of class hours	24
Volume h TD / Amount of exercise hours	6
Volume h Projet / Amount of project hours	6
ECTS	3
Semestre	Printemps (S4)
Semester	Jan-May (S4)
Periode (pour les cours M2)	Dec-Feb
Quarter (for M2 classes)	P2
Langue	Français
Language	Français
Localisation	CFAI MECAVENIR
Lien vers l'emploi du temps / trad en	Autre (préciser)
Code de l'UE	UM5MEE35

Informations pédagogiques

Contenu (FR)

Introduction au marketing industriel Comportement d'achat des organisations Étude de marché en environnement B2B Politique produit et innovation industrielle Prix et valeur en marketing industriel Distribution et logistique Communication industrielle et RSE Marketing et transition énergétique

Content (EN)

Introduction to Industrial Marketing Organizational Buying Behavior Market Research in a B2B Environment Product Policy and Industrial Innovation Pricing and Value in Industrial Marketing Distribution and Logistics Industrial Communication and CSR Marketing and Energy Transition

Prérequis (FR)

Notions de marketing général : 4P, segmentation, positionnement Bases en gestion/économie : compréhension du fonctionnement d'une entreprise Culture technique : connaissances de base en énergies et technologies environnementales Capacité d'analyse : lecture de données, synthèse de rapports sectoriels Compréhension écrite de l'anglais : certains supports peuvent être en anglais

Pre-requisites (EN)

Basic marketing concepts: 4Ps, segmentation, positioning Foundations in management/economics: understanding how a company operates Technical background: basic knowledge of energy and environmental technologies Analytical skills: ability to interpret data and summarize industry reports Reading comprehension in English: some materials may be provided in English

Modalité d'évaluation

Participation & quiz courts : 20% Étude de cas individuelle : 30% Dossier marketing groupe (oral + écrit) : 50%

Assessment

Participation & short quizzes: 20% Individual case study: 30% Group marketing project (oral + written): 50%

Acquis d'Apprentissage Visés

Comprendre les spécificités du marketing industriel par rapport au marketing grand public. Maîtriser les concepts fondamentaux du B2B dans les secteurs de l'énergie et de l'environnement. Construire une stratégie marketing adaptée à une offre technique (produit, solution, service). Intégrer les dimensions durabilité, transition énergétique et innovation dans les approches marketing. Élaborer une proposition de valeur et une stratégie de communication efficace pour un marché professionnel.

Learning outcomes

Introduction to Industrial Marketing Organizational Buying Behavior Market Research in a B2B Environment Product Policy and Industrial Innovation Pricing and Value in Industrial Marketing Distribution and Logistics Industrial Communication and CSR Marketing and Energy Transition

Bibliographie

Marketing industriel, Jean-Jacques Lambin

Business Marketing Management, Hutt & Speh

Rapports sectoriels : ADEME, RTE, IEA, IRENA

Publications : Harvard Business Review, GreenUnivers, Usine Nouvelle

Version PDF