



Institut Supérieur des Achats  
et des Approvisionnements

<b>FICHE PROGRAMME</b>	<b>1.5</b>
<b>MARKETING INDUSTRIEL</b>	<b>Durée : 14 h</b>

**Objectifs :** *Connaître les principes de base du marketing industriel  
Situer le rôle du marketing dans l'entreprise industrielle*

**Pré-requis :** *Aucun*

**Contenu :**

- **La démarche marketing : objectifs, définitions et principes**
- **Les principes fondamentaux :**
  - *Les évolutions de la société et ses conséquences*
  - *Les facteurs clés de succès*
  - *La relation au client*
- **La stratégie marketing :**
  - *Segmentation et ciblage*
  - *Positionnement*
  - *Les différences marketing grande consommation / marketing industriel*
  - *Le plan marketing*
- **L'offre produit :**
  - *Les différents types de différenciation*

**Pédagogie :** *Alternance de cours, d'exemples réels et d'études de cas (recherches personnelles)*