

Marketing des services et Marketing B to B

Nathalie VEG-SALA

Maître de Conférences

1. Présentation générale du cours

Ce cours a pour objet de faire appréhender aux étudiant(e) s l'importance des spécificités du secteur des services pour mieux comprendre les consommateurs et développer des pratiques marketing adéquates. Le cours repose sur les fondamentaux du marketing et ces concepts clés afin d'étudier les perceptions des consommateurs. Il vise également à analyser et améliorer la qualité de service et à proposer, à ce titre, des outils de management des processus de services et leur mise en œuvre. Dans le but de compléter cette approche, les spécificités du marketing B to B seront étudiées et mises en parallèle.

1. Objectifs pédagogiques

- Appréhender les spécificités du secteur des services et B to B pour les départements marketing.
- Mettre en évidence les éléments de réflexion clés pour mieux gérer le marketing des services.
- Avoir une vision globale du marketing des services, en donnant les outils nécessaires pour mettre en place une stratégie marketing performante.
- Appliquer les concepts de marketing des services et B to B aux cas d'entreprises.

3. Compétences développées par l'enseignement

- Aptitude à s'approprier les concepts de la littérature.
- Aptitude à analyser une situation présentée dans un cas.
- Aptitude à présenter oralement un cas.
- Aptitude à travailler en groupe.

4. Méthodes de travail

- La lecture préalable du manuel est impérative avant le début du cours.
- Rappel de cours
- Analyse de cas en groupe.

5. Support pédagogique :

Marketing des services
Christophe Lovelock, Jochen Wirtz, Denis Lapert et Annie Munos
Editions Pearson Education
ISBN : 9782744072659