

MASTER 2 Administration des Entreprises

Titre: marketing et développement commercial en PME

Enseignant: Fabiani Thierry

Nbre d'heures : 6h C et 10h TD

Objectifs: Intégrer la démarche marketing dans le fonctionnement des PME

Modalités de contrôle : Méthode de cas (CC)

INTRODUCTION

1. Sensibiliser les étudiants à l'état d'esprit Marketing

2. Présentation de la méthode PCCL (Parler courant client)

Le cas Elan

1^{er} PARTIE

Notion de cadre de référence

Du plan d'action marketing au plan d'action commercial

Présentation de la méthode en 5 points

Le cas Elan 1

2^e PARTIE

Le plan d'action commercial

L'organisation du développement

Prospection et suivi

Gestion du temps de l'équipe commerciale

Réunion commerciale

Relation clientèle

Action de communication

Le budget de communication en PME

Le Cas Elan 2

bibliographie indicative

Recherche en marketing et la PME Marc Roy

Communication des PME/PMI de David Bouvier

[Site : marketingpourpme.org](http://marketingpourpme.org)