

MASTER 2 Administration des Entreprises

Titre: marketing et développement commercial en PME

Enseignant: Fabiani Thierry

Nbre d'heures : 15H CM +3h TD

Objectifs: Les fondamentaux du développement commercial, les clés de la relation clientèle et de la relation commerciale

Modalités de contrôle : Méthode de cas (CC)

INTRODUCTION

1. Piloter une PME
2. Notion de cadre de référence, stratégie, plan d'action marketing et plan d'action commercial

1^{er} PARTIE

- **Concept de qualité de service,**
- déterminants,
- facteurs clés de succès,
- indicateurs de mesure

2^e PARTIE

- **Concept de relation clientèle,**
- déterminants,
- facteurs clés de succès,
- indicateurs de mesure

3^{eme} PARTIE

- **Concept de relation commerciale,**
- déterminants,
- facteurs clés de succès,
- indicateurs de mesure

Illustration du développement commercial en PME (le cas Palec)

Bibliographie indicative

RSE et développement durable en PME de Courrent et Capron

PME et stratégie de christian Paquay et Luc Servais

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