Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
G565	Théorie de marketing	1	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Ce cours vise à développer la capacité des étudiants à effectuer des évaluations théoriques dans le domaine des sciences du marketing.
Contenus	Dans le cadre du cours, les concepts de marketing qui doivent être examinés afin de développer des approches marketing efficaces seront abordés. Les théories et les approches de la théorie du marketing seront étudiées en détail, en mettant notamment l'accent sur la manière dont les recherches théoriques s'orientent dans certains sous-domaines importants du marketing, tels que le marketing international et le marketing durable.
Ressources	o Philip Kotler, Kevin Lane Keller, & Alexander Chernev, Marketing Management, Pearson. o Jagdish N. Sheth, David M. Gardner, Dennis E. Garrett, Marketing Theory: Evolution and Evaluation, Wiley. o Mehmet Karafakıoğlu, Pazarlama İlkeleri, Beta.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Introduction et concepts
2	Concepts fondamentaux du marketing
3	La place et l'importance du marketing dans le monde des affaires, le milieu académique et la société
4	Environnement marketing
5	Qu'est-ce qu'une théorie et qu'est-ce qui n'en est pas une ?
6	Approches de la pensée marketing
7	Études sur la théorie du marketing
8	Études sur la théorie du marketing
9	Examen partiel
10	Recherche en marketing et avancées théoriques
11	Recherche en marketing et avancées théoriques
12	Sous-domaines du marketing
13	Présentations des étudiants
14	Présentations des étudiants