Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
PM541	Introduction au marketing	1	3	0	0	3	7

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 enseigner les principes fondamentales et les stratégies marketing
Contenus	1.er cours : Le développement historique et la définition du marketing- Explications théoriques 2.ème cours : Les nouveaux concepts en marketing- Explications théoriques 3.ème cours : Les nouveaux concepts en marketing- Explications théoriques 4.ème cours : L'importance du marketing- Explications théoriques 5.ème cours : L'importance du consommateur- Explications théoriques 6.ème cours : L'importance du consommateur- Explications théoriques 7.ème cours : Examen Partiel 8.ème cours : Le concept du marché et segmentation- Explications théoriques 9.ème cours : Marketing et l'environnement- Explications théoriques 10.ème cours : Système d'information- Explications théoriques 11.ème cours : Etude de marché- Explications théoriques 12.ème cours : Marketing planning- Explications théoriques 13.ème cours : Stratégies- Marketing - Explications théoriques 14.ème cours : Stratégies- Marketing- Explications théoriques
Ressources	? Principles of Marketing, Philip Kotler & Gary Armstrong ? Marketing, Jean Pierrre Helfer, Jacques Orsoni ? Le Marketing Fondements et Pratique, Pierre-Louis Dubois, Alain Jolibert ? Pazarlama İlkeleri, Mehmet Karafakioğlu

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Le développement historique et la définition du marketing- Explications théoriques
2	Les nouveaux concepts en marketing- Explications théoriques
3	Les nouveaux concepts en marketing- Explications théoriques
4	L'importance du marketing- Explications théoriques
5	L'importance du consommateur- Explications théoriques
6	L'importance du consommateur- Explications théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
7	Examen Partiel
8	Le concept du marché et segmentation- Explications théoriques
9	Marketing et l'environnement- Explications théoriques
10	Système d'information- Explications théoriques
11	Etude de marché- Explications théoriques
12	Marketing planning- Explications théoriques
13	Stratégies- Marketing - Explications théoriques
14	Stratégies- Marketing - Explications théoriques