Contenus

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
	? Le Marketing Fondements et Pratique, Fierre-Louis Dubois, Alam Johbert ? Pazarlama İlkeleri, Mehmet Karafakioğlu

Intitulés des Sujets Théoriques

Ser	maine	Intitulés des Sujets	
1		Le développement historique et la définition du marketing- Explications théoriques	

Semaine	Intitulés des Sujets	
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	
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	