

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

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	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