

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
ML525	Gestion internationale du marketing	2	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 enseigner les concepts fondamentaux, les principes et les stratégies de marketing international.
Contenus	<p>1.er cours : Concepts de base en commerce de détail.</p> <p>2.ème cours : Types de détaillants.</p> <p>3.ème cours : Types de détaillants.</p> <p>4.ème cours : Gestion de la consommation au détail.</p> <p>5.ème cours : Les stratégies de marché de détail</p> <p>6.ème cours : Stratégies de la location</p> <p>7.ème cours : Stratégies de sélection de la location</p> <p>8.ème cours : Examen Partiel</p> <p>9.ème cours : Systèmes d'information et de la chaîne d'approvisionnement / L'Organisation structure et la gestion des ressources humaines</p> <p>10.ème cours : La relation client. La gestion des marchandises</p> <p>11.ème cours : La politique de prix</p> <p>12.ème cours : Stratégies de la communication mix</p> <p>13.ème cours : La gestion de magasin</p> <p>14.ème cours : La concept de la magasin. La gestion de la relation client</p>
Ressources	<ul style="list-style-type: none">• Levy, Micheal ve Weitz, Barton A. (2004), Retailing Management, McGraw Hill Inc. New York. (Ders Kitabı)• Karfft, Manfred, Manrala, Murali K. (editors), (2006), Retailing in the 21st Century: Current and Future Trends, Springer, New York.• Varley R. ve Rafiq M., (2004) Principles of Retail Management, Palgrave Macmillan, UK• Tek, Ö.B. ve Orel, D.F. (2006), Perakende Pazarlama Yönetimi, 2. Baskı, Birleşik Matbaacılık, İzmir

Intitulés des Sujets Théoriques

