

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
MI504 Principes 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	Le but de ce cours est d'enseigner les changements dans la définition du marketing, les approches marketing et les principes et politiques liés au marketing. Dans le cadre de ce cours, il est prévu que les étudiants auront une perspective marketing en analysant les principes de base du marketing.					
	Semaine 1. Marketing et concepts de base					
	Semaine 2. Marketing et concepts de base					
	Semaine 3. Processus de planification stratégique et de marketing					
	Semaine 4. Environnement marketing					
	Semaine 5. Environnement marketing					
	Semaine 6. Système d'information marketing et recherche marketing					
	Semaine 7. Système d'information marketing et recherche marketing					
Contenus	Semaine 8. Comportement des consommateurs					
	Semaine 9. À mi-parcours					
	Semaine 10. Comportement des consommateurs / comportement des clients organisationnels					
	Semaine 11. Segmentation, ciblage et positionnement marketing					
	Semaine 12. Segmentation, ciblage et positionnement marketing					
	Semaine 13. Marketing international					
	Semaine 14. Marketing et éthique					
Ressources	Philip Kotler ve Gary Armstrong, Principles of Marketing, Pearson Education, New Jersey.					

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine

Intitulés des Sujets