

## Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
M1504 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	<p>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.</p> <p>Semaine 1. Marketing et concepts de base</p> <p>Semaine 2. Marketing et concepts de base</p> <p>Semaine 3. Processus de planification stratégique et de marketing</p> <p>Semaine 4. Environnement marketing</p> <p>Semaine 5. Environnement marketing</p> <p>Semaine 6. Système d'information marketing et recherche marketing</p> <p>Semaine 7. Système d'information marketing et recherche marketing</p> <p>Semaine 8. Comportement des consommateurs</p> <p>Semaine 9. À mi-parcours</p> <p>Semaine 10. Comportement des consommateurs / comportement des clients organisationnels</p> <p>Semaine 11. Segmentation, ciblage et positionnement marketing</p> <p>Semaine 12. Segmentation, ciblage et positionnement marketing</p> <p>Semaine 13. Marketing international</p> <p>Semaine 14. Marketing et éthique</p>					
Contenus						
Ressources	Philip Kotler ve Gary Armstrong, Principles of Marketing, Pearson Education, New Jersey.					

## Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
---------	----------------------