

## Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 741	Théorie du marketing	1	3	0	0	3	7

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Doctorat
Objectif du Cours	Ce cours vise à enseigner les principes fondamentales et les stratégies marketing
Contenus	<p>1.er cours : Le développement historique du marketing</p> <p>2.ème cours : Les approches philosophiques en marketing</p> <p>3.ème cours : Les approches philosophiques en marketing</p> <p>4.ème cours : L'innovation et marketing</p> <p>5.ème cours : Les concepts nouveaux en marketing</p> <p>6.ème cours : L'importance du consommateur</p> <p>7.ème cours : Examen Partiel</p> <p>8.ème cours : Le concept du marché et : segmentation/marche cible et positionnement</p> <p>9.ème cours : Le Marketing planning et stratégie marketing</p> <p>10.ème cours : L'étude de marche</p> <p>11.ème cours : La politique de produit</p> <p>12.ème cours : La politique de prix</p> <p>13.ème cours : La politique de distribution</p> <p>14.ème cours : La politique de communication</p>
Ressources	<p>?? Principles of Marketing, Philip Kotler &amp; 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> <p>? Marketing Theory, Jagdith Sheth</p> <p>? Marketing Theory, Shelby Hunt</p>

## Intitulés des Sujets Théoriques

<b>Semaine</b>	<b>Intitulés des Sujets</b>
1	Le développement historique du marketing
2	Les approches philosophiques en marketing
3	Les approches philosophiques en marketing
4	L'innovation et marketing
5	Les concepts nouveaux en marketing
6	L'importance du consommateur
7	Examen Partiel
8	Le concept du marché et : segmentation/marche cible et positionnement
9	Le Marketing planning et stratégie marketing
10	: L'étude de marche
11	La politique de produit
12	La politique de prix
13	La politique de distribution
14	La politique de communication