

## Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
Mİ504	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	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</p> <p>2.ème cours : Les nouveaux concepts en marketing</p> <p>3.ème cours : Les nouveaux concepts en marketing</p> <p>4.ème cours : L'importance du marketing</p> <p>5.ème cours : L'importance du comportement</p> <p>6.ème cours : L'importance du comportement</p> <p>7.ème cours : Examen Partiel</p> <p>8.ème cours : La segmentation et le positionnement</p> <p>9.ème cours : Marketing et l'environnement-</p> <p>10.ème cours : Le Système d'information</p> <p>11.ème cours : L'Etude de marché</p> <p>12.ème cours : Le Marketing planning</p> <p>13.ème cours : Les Stratégies- Marketing</p> <p>14.ème cours : La planification stratégique</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>

## Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Le développement historique et la définition du marketing

<b>Semaine</b>	<b>Intitulés des Sujets</b>
2	Les nouveaux concepts en marketing
3	Les nouveaux concepts en marketing
4	L'importance du marketing
5	L'importance du comportement
6	L'importance du comportement
7	Examen Partiel
8	La segmentation et le positionnement
9	Marketing et l'environnement-
10	Le Système d'information
11	L'Etude de marché
12	Le Marketing planning
13	Les Stratégies- Marketing
14	La planification stratégique