

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>1er 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 & 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 |

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