

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
G565	Théorie 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 : La définition du marketing</p> <p>2.ème cours : Les concepts essentiels 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 : Le comportement du consommateur</p> <p>6.ème cours : Le comportement du consommateur</p> <p>7.ème cours : Examen Partiel</p> <p>8.ème cours : Le concept du marché et le marché cible</p> <p>9.ème cours : La segmentation et le positionnement</p> <p>10.ème cours : Marketing et l'environnement</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 : Le marketing et l'innovation</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> <p>? Marketing Theory: Evolution and Evaluation, Jagdish N. Sheth, David M. Gardner, Denis E. Garrett</p>

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets