

## Contenus

| Nom du Cours |                        | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|--------------|------------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| CO-E 581     | 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 | 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.   |
| Contenus          | Semaine 1. Marketing et concepts de base<br>Semaine 2. Marketing et concepts de base<br>Semaine 3. Processus de planification stratégique et de marketing<br>Semaine 4. Environnement marketing<br>Semaine 5. Environnement marketing<br>Semaine 6. Système d'information marketing et recherche marketing<br>Semaine 7. Système d'information marketing et recherche marketing<br>Semaine 8. Comportement des consommateurs<br>Semaine 9. À mi-parcours<br>Semaine 10. Comportement des consommateurs / comportement des clients organisationnels<br>Semaine 11. Segmentation, ciblage et positionnement marketing<br>Semaine 12. Segmentation, ciblage et positionnement marketing<br>Semaine 13. Marketing international<br>Semaine 14. Marketing et éthique |
| Ressources        | Philip Kotler ve Gary Armstrong, Principles of Marketing, Pearson Education, New Jersey.  |

## Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets   |
|---------|--|
| 1       | 1 er cours: L'importance de créer un avantage compétitif en Positionnement qui est le troisième degré du processus de décision stratégique en marketing. |

| Semaine | Intitulés des Sujets  |
|---------|---|
| 2       | 2 ème cours: Les stratégies de positionnement et les domaines de choix et d'application de stratégie.             |
| 3       | 3 ème cours : Définir le produit à différents niveaux et les couches.   |
| 4       | 4 ème cours : La classification du produit, les décisions personnelles de produit I) Les spécificités du produit. |
| 5       | 5 ème cours : II) Branding et stratégies.   |
| 6       | 6 ème cours : III) Emballage IV) Service après vente.   |
| 7       | 7 ème cours: Examen Partiel.  |
| 8       | 8 ème cours: Ligne de produit et les décisions de produit mix   |
| 9       | 9 ème cours: Marketing de service et ses spécificités.  |
| 10      | 10ème cours: Stratégies de cycle de vie de produit et ses étapes I.   |
| 11      | 11ème cours: Stratégies de cycle de vie de produit et ses étapes II.  |
| 12      | 12ème cours : Politiques d'établissement des prix des produits.   |
| 13      | 13ème cours : Les canaux de distribution et la logistique.  |
| 14      | 14ème cours: Stratégies de compétition / de concurrence.  |