

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
RPP314 Principes de Marketing	6	2	0	0	2	3
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Électif					
Niveau du Cours	Licence					
Objectif du Cours	<p>Donner la définition de positionnement qui est parmi les décisions stratégiques en marketing et expliquer l'importance de créer un avantage compétitive; expliquer avec des exemples concrets les stratégies de positionnement et les domaines d'application; Définir le produit à différents niveaux et expliquer en détails les couches qui construisent le produit; souligner l'importance stratégique des décisions de ligne de produit et de karma de produit; expliquer les étapes de cycle de vie de produit en donnant des exemples; définir les politiques d'établissement des prix des produits; expliquer l'importance des canaux de distribution et la logistique dans les décisions de marketing; définir les stratégies de compétition / de concurrence.</p>					
Contenus	<p>1 er cours: L'importance de créer un avantage compétitif en Positionnement qui est le troisième degré du processus de décision stratégique en marketing.</p> <p>2 ème cours: Les stratégies de positionnement et les domaines de choix et d'application de stratégie.</p> <p>3 ème cours : Définir le produit à différents niveaux et les couches.</p> <p>4 ème cours : La classification du produit, les décisions personnelles de produit I) Les spécificités du produit.</p> <p>5 ème cours : II) Branding et stratégies.</p> <p>6 ème cours : III) Emballage IV) Service après vente.</p> <p>7 ème cours: Examen Partiel.</p> <p>8 ème cours: Ligne de produit et les décisions de produit mix.</p> <p>9 ème cours: Marketing de service et ses spécificités.</p> <p>10ème cours: Stratégies de cycle de vie de produit et ses étapes I.</p> <p>11ème cours: Stratégies de cycle de vie de produit et ses étapes II.</p> <p>12ème cours : Politiques d'établissement des prix des produits.</p> <p>13ème cours : Les canaux de distribution et la logistique.</p> <p>14ème cours: Stratégies de compétition / de concurrence.</p>					
Ressources	<p>Kotler, P. Armstrong, G. (2012). Principles of Marketing, New Jersey: Prentice Hall.</p> <p>Autres articles et livres actuels sur le contenu du cours</p>					

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.
---	--

<b>Semaine</b>	<b>Intitulés des Sujets</b>
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.