Contenus

Code du Cours	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	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.
Contenus	1 er cours: L'importance de créer un avantage compétitif en Positionnement qui est le troisième degré du processus de décision stratégique en marketing. 2 ème cours: Les stratégies de positionnement et les domaines de choix et d'application de stratégie. 3 ème cours : Définir le produit à différents niveaux et les couches. 4 ème cours : La classification du produit, les décisions personnelles de produit I) Les spécificités du produit. 5 ème cours : II) Branding et stratégies. 6 ème cours : III) Emballage IV) Service après vente. 7 ème cours: Examen Partiel. 8 ème cours: Ligne de produit et les décisions de produit mix. 9 ème cours: Marketing de service et ses spécificités. 10ème cours: Stratégies de cycle de vie de produit et ses étapes I. 11ème cours: Stratégies de cycle de vie de produit et ses étapes II. 12ème cours : Politiques d'établissement des prix des produits. 13ème cours : Les canaux de distribution et la logistique. 14ème cours: Stratégies de compétition / de concurrence.
Ressources	Kotler, P. Armstrong, G. (2012). Principles of Marketing, New Jersey: Prentice Hall. Autres articles et livres actuels sur le contenu du cours

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.
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.