

## Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
Mİ601	Gestion de marketing	2	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 marketing est l'une des activités principales des entreprises. Aujourd'hui, le sens du marketing est passé d'un concept basé sur la logistique dans les années 1920 à un concept qui inclut et affecte les parties prenantes de l'entreprise : clients, employés, actionnaires, intermédiaires et même la société. Ce cours couvre les stratégies marketing et les politiques de mix marketing.
Contenus	Semaine 1 : Marketing et concepts de base ; Planification stratégique  Semaine 2 : Stratégies compétitives  Semaine 3 : Stratégies produit  Semaine 4 : Décisions sur la gamme de produits et gestion des nouveaux produits ; Stratégies de services  Semaine 5 : Gestion de la relation client  Semaine 6 : Gestion de la marque  Semaine 7 : Examen Partiel  Semaine 8 : Tarifs  Semaine 9 : Gestion de la distribution et de la chaîne d'approvisionnement ; Gestion de la vente au détail  Semaine 10 : Communication marketing ; Promotion  Semaine 11 : Publicité  Semaine 12 : Présentation  Semaine 13 : Présentation  Semaine 14 : Présentation
Ressources	Marketing Management, 13th Ed. by Kotler/Keller, Prentice-Hall  Principles of Marketing 13th Ed. by Kotler/Armstrong, Pearson Education

## Intitulés des Sujets Théoriques

<b>Semaine</b>	<b>Intitulés des Sujets</b>
1	Marketing et concepts de base ; Planification stratégique
2	Stratégies compétitives
3	Stratégies produit
4	Décisions de mix produits et gestion des nouveaux produits; Stratégies de service
5	Gestion de la relation client
6	Gestion de la marque
7	Examen Partiel
8	Tarifs
9	Distribution et gestion de la chaîne d'approvisionnement; Gestion de la vente au détail
10	Communication marketing ; Promotion
11	Publicité
12	Présentation
13	Présentation
14	Présentation