

## Contenus

| Nom du Cours |                      | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|--------------|----------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| ML516        | 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<br><br>Semaine 2 : Stratégies compétitives<br><br>Semaine 3 : Stratégies produit<br><br>Semaine 4 : Décisions sur la gamme de produits et gestion des nouveaux produits ; Stratégies de services<br><br>Semaine 5 : Gestion de la relation client<br><br>Semaine 6 : Gestion de la marque<br><br>Semaine 7 : Examen Partiel<br><br>Semaine 8 : Tarifs<br><br>Semaine 9 : Gestion de la distribution et de la chaîne d'approvisionnement ; Gestion de la vente au détail<br><br>Semaine 10 : Communication marketing ; Promotion<br><br>Semaine 11 : Publicité<br><br>Semaine 12 : Présentation<br><br>Semaine 13 : Présentation<br><br>Semaine 14 : Présentation |
| Ressources        | Marketing Management, 13th Ed. by Kotler/Keller, Prentice-Hall<br><br>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 sur la gamme de produits et gestion des nouveaux produits ; Stratégies de services   |
| 5              | Gestion de la relation client  |
| 6              | Gestion de la marque   |
| 7              | Examen Partiel   |
| 8              | Tarifs   |
| 9              | Gestion de la distribution et de la chaîne d'approvisionnement ; Gestion de la vente au détail |
| 10             | Communication marketing ; Promotion  |
| 11             | Publicité  |
| 12             | Présentation   |
| 13             | Présentation   |
| 14             | Présentation   |