Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
ML513	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	Ce cours vise à développer les capacités de réflexion analytique et critique des étudiants en sciences du marketing en leur présentant les principes fondamentaux du marketing.
Contenus	Dans le cadre du cours, des sujets tels que les concepts du marketing, la stratégie marketing, l'environnement marketing, les systèmes d'information marketing, la recherche en marketing et le comportement du consommateur, qui doivent être compris afin de développer des stratégies marketing efficaces, seront abordés. Une attention particulière sera également accordée à certains sous-domaines importants du marketing, tels que le marketing international et le marketing durable.
Ressources	o Philip Kotler & Gary Armstrong, Principles of Marketing, Pearson. o Mehmet Karafakıoğlu, Pazarlama İlkeleri, Beta.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Introduction et concepts
2	Concepts fondamentaux du marketing
3	La place et l'importance de la stratégie marketing dans les entreprises
4	Environnement marketing
5	Systèmes d'information marketing et recherche en marketing
6	Recherche en marketing
7	Analyse de l'environnement marketing
8	Comportement du consommateur
9	Comportement du consommateur
10	Examen partiel
11	Segmentation, ciblage et positionnement du marché
12	Sous-domaines actuels du marketing
13	Présentations des étudiants
14	Présentations des étudiants