Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 742	Stratégies de marque	2	3	0	0	3	7

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Doctorat
Objectif du Cours	L'objectif principal du cours est d'examiner les stratégies pour construire des marques fortes. L'autre objectif de ce cours est de discuter des nouveaux développements et les tendances dans les stratégies de marque.
Contenus	Semaine 1. Concept de marque Semaine 2. L'importance de la marque Semaine 3. Gestion de la marque Semaine 4. Communication de marque Semaine 5. Construire des marques fortes Semaine 6. Stratégies de marque Semaine 7. L'identité de marque Semaine 8. Valeur de la marque Semaine 9. Notoriété de la marque Semaine 10. Processus de gestion de la marque Semaine 11. Positionnement de la marque Semaine 12. Extension de la marque Semaine 13. Rendement de la marque Semaine 14. Communications de Marketing intégrées pour construire la marque
Ressources	Richard Elliott, Larry Percy, Strategic Brand Management, Second Edition, Oxford University Press, 2011.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets