Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
ML525	Gestion internationale du 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	Ce cours vise à enseigner les concepts fondamentaux, les principes et les stratégies de marketing international.
Contenus	1.er cours : Concepts de base en commerce de détail. 2.ème cours : Types de détaillants. 3.ème cours : Types de détaillants. 4.ème cours : Gestion de la consommation au détail. 5.ème cours : Les stratégies de marche de détail 6.ème cours : Stratégies de la location 7.ème cours : Stratégies de sélection de la location 8.ème cours : Examen Partiel 9.ème cours : Systèmes d'information et de la chaine d'approvisionnement / L'Organisation structure et la gestion des ressources humaines 10.ème cours : La relation client. La gestion des marchandises 11.ème cours : La politique de prix 12.ème cours : Stratégies de la communication mix 13.ème cours : La gestion de magasin 14.ème cours : La concept de la magasin. La gestion de la relation client
Ressources	• Levy, Micheal ve Weitz, Barton A. (2004), Retailing Management, McGraw Hill Inc. New York. (Ders Kitabı) • Karfft, Manfred, Manrala, Murali K. (editors), (2006), Retailing in the 21st Century: Current and Future Trends, Springer, New York. • Varley R. ve Rafiq M., (2004) Principles of Retail Management, Palgrave Macmillan, UK • Tek, Ö.B. ve Orel, D.F. (2006), Perakende Pazarlama Yönetimi, 2. Baskı, Birleşik Matbaacılık, İzmir

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets