Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 581	Principes 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 but de ce cours est d'enseigner les changements dans la définition du marketing, les approches marketing et les principes et politiques liés au marketing. Dans le cadre de ce cours, il est prévu que les étudiants auront une perspective marketing en analysant les principes de base du marketing.
Contenus	Semaine 1. Marketing et concepts de base Semaine 2. Marketing et concepts de base Semaine 3. Processus de planification stratégique et de marketing Semaine 4. Environnement marketing Semaine 5. Environnement marketing Semaine 6. Système d'information marketing et recherche marketing Semaine 7. Système d'information marketing et recherche marketing Semaine 8. Comportement des consommateurs Semaine 9. À mi-parcours Semaine 10. Comportement des consommateurs / comportement des clients organisationnels Semaine 11. Segmentation, ciblage et positionnement marketing Semaine 12. Segmentation, ciblage et positionnement marketing Semaine 13. Marketing international Semaine 14. Marketing et éthique
Ressources	Philip Kotler ve Gary Armstrong, Principles of Marketing, Pearson Education, New Jersey.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	1 er cours: L'importance de créer un avantage compétitif en Positionnement qui est le troisième degré du processus de décision stratégique en marketing.
2	2 ème cours: Les stratégies de positionnement et les domaines de choix et d'application de stratégie.
3	3 ème cours : Définir le produit à différents niveaux et les couches.
4	4 ème cours : La classification du produit, les décisions personnelles de produit I) Les spécificités du produit.
5	5 ème cours : II) Branding et stratégies.
6	6 ème cours : III) Emballage IV) Service après vente.
7	7 ème cours: Examen Partiel.

Semaine	Intitulés des Sujets
8	8 ème cours: Ligne de produit et les décisions de produit mix
9	9 ème cours: Marketing de service et ses spécificités.
10	10ème cours: Stratégies de cycle de vie de produit et ses étapes I.
11	11ème cours: Stratégies de cycle de vie de produit et ses étapes II.
12	12ème cours : Politiques d'établissement des prix des produits.
13	13ème cours : Les canaux de distribution et la logistique.
14	14ème cours: Stratégies de compétition / de concurrence.