

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
G541	Théorie de marketing	1	3	0	0	3	7

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Ce cours vise à enseigner les principes fondamentales et les stratégies marketing
Contenus	1.er cours : La définition du marketing 2.ème cours : Les concepts essentiels en marketing 3.ème cours : Les nouveaux concepts en marketing 4.ème cours : L'importance du marketing 5.ème cours : Le comportement du consommateur 6.ème cours : Le comportement du consommateur 7.ème cours : Examen Partiel 8.ème cours : Le concept du marché et le marché cible 9.ème cours : La segmentation et le positionnement 10.ème cours : Marketing et l'environnement 11.ème cours : L'Étude de marché 12.ème cours : Le Marketing planning 13.ème cours : Les Stratégies- Marketing 14.ème cours : Le marketing et l'innovation
Ressources	? Principles of Marketing, Philip Kotler, Gary Armstrong ? Marketing, Jean Pierre Helfer, Jacques Orsoni ? Le Marketing Fondements et Pratique, Pierre-Louis Dubois, Alain Jolibert ? Pazarlama İlkeleri, Mehmet Karafakioğlu ? Marketing Theory: Evolution and Evaluation, Jagdish N. Sheth, David M. Gardner, Denis E. Garrett

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	La définition du marketing
2	Les concepts essentiels en marketing
3	Les nouveaux concepts en marketing
4	L'importance du marketing
5	Le comportement du consommateur
6	Le comportement du consommateur
7	Examen Partiel
8	Le concept du marché et le marché cible
9	La segmentation et le positionnement
10	Marketing et l'environnement
11	L'Etude de marché
12	Le Marketing planning
13	Les Stratégies- Marketing
14	Les Stratégies- Marketing