Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
RPP417	Marketing Communication	7	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	
Niveau du Cours	Licence
Objectif du Cours	Définir les notions comme communication de marketing et communication de marketing intégré, souligner l'importance de l'intégration des différents éléments de la communication de marketing pour les établissements; expliquer les notions clés en communication pour le processus de communication de marketing intégré; préciser la place et l'importance des médias de masse et emédias dans la communication de marketing; expliquer les pratiques de fonctionnement de la communication de marketing dans un contexte international et en prenant comme base les notions de standardisation et d'adaptation; définir en détail et expliquer les sujets essentiels de fonctionnement pour la gestion de la communication de marketing intégré comme faire un budget, définir un cible, une stratégie et une tactique; définir la publicité, les Relations publiques, la vente et promotion, la vente personnelle qui font parti des éléments de karma de communication de marketing, expliquer à partir des exemples la place et l'importance de chaque élément mix dans la communication de marketing.

Contenus	1 er cours: Concepts de base de la communication de marketing. 2 ème cours: Éléments essentiels de la communication de marketing intégré et sa nécessité pour des établissements. 3 ème cours: Concepts de base en communication qui influencent le processus de communication de marketing. 4 ème cours: La place et l'importance des médias de masse et emédias dans la communication de marketing. 5 ème cours: La communication de marketing dans un contexte international. 6 ème cours: La planification de la gestion de la communication de marketing intégré. 7 ème cours: Examen partiel. 8 ème cours: Faire un budget dans la gestion de la communication de marketing intégré. 9 ème cours: Définir un cible-stratégie et tactique I. 10ème cours: Définir un cible-stratégie et tactique II. 11ème cours: La place et l'importance de la publicité dans la communication de marketing. 12ème cours: La place et l'importance des relations publiques dans la communication de marketing. 13ème cours: La place et l'importance de la vente personnelle dans la communication de marketing. 14ème cours: La place et l'importance de la vente et promotion dans la communication de marketing.
Ressources	Pickton, D., Broderick, A. (2005). Integrated Marketing Communications, London: Prentice Hall. Kotler, P., Armstrong, G. (2012). Principles of Marketing, New Jersey: Prentice Hall. Odabaşı, Y., Oyman, M. (2002). Pazarlama İletişimi Yönetimi, Eskişehir: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş. Autres articles et livres actuels sur le contenu du cours

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	1 er cours: Concepts de base de la communication de marketing
2	2 ème cours: Éléments essentiels de la communication de marketing intégré et sa nécessité pour des établissements
3	3 ème cours: Concepts de base en communication qui influencent le processus de communication de marketing.
4	4 ème cours: La place et l'importance des médias de masse et emédias dans la communication de marketing.
5	5 ème cours: La communication de marketing dans un contexte international.
6	6 ème cours: La planification de la gestion de la communication de marketing intégré.
7	7 ème cours: Examen partiel.
8	8 ème cours: Faire un budget dans la gestion de la communication de marketing intégré.
9	9 ème cours: Définir un cible-stratégie et tactique I.
10	10ème cours: Définir un cible-stratégie et tactique II.
11	11ème cours: La place et l'importance de la publicité dans la communication de marketing.
12	12ème cours: La place et l'importance des relations publiques dans la communication de marketing.
13	13ème cours: La place et l'importance de la vente personnelle dans la communication de marketing.

Semaine	Intitulés des Sujets
14	14ème cours: La place et l'importance de la vente et promotion dans la communication de marketing.