Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
G4411	Analyse de marketing	7	3	0	0	3	5

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Licence
Objectif du Cours	Ce cours vise à enseigner les concepts fondamentaux, les principes et les applications liées aux méthodes de recherche en marketing.
Contenus	1.er cours : Introduction à la recherche marketing 2.ème cours : Introduction à la recherche marketing 3.ème cours : Les étapes de la recherche 4.ème cours : Les recherches exploratoires 5.ème cours : Les recherches descriptives 6.ème cours : Les recherches causales 7.ème cours : Examen Partiel 8.ème cours : Les mesures et les échelles 9.ème cours : Les sondages 10.ème cours : La méthode d'échantillonnage 11.ème cours : Le travail de terrain / La préparation des données / Les Statistiques descriptives 12.ème cours : ANOVA / L'analyse de chi carre 13.ème cours : Présentation 14.ème cours : Presentation
Ressources	? Naresh K. Malhotra, Marketing Research: An Applied Orientation ? SPSS 14.0 Student version ? Mahir Nakip, Pazarlama Araştırmaları Teknikleri ve SPSS Destekli Uygulamalar ? Kemal Kurtuluş, Pazarlama Araştırmaları

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Introduction à la recherche marketing
2	Introduction à la recherche marketing
3	Les étapes de la recherche
4	Les recherches exploratoires
5	Les recherches descriptives
6	Les recherches causales

Semaine	Intitulés des Sujets
7	Examen Partiel
8	Les mesures et les échelles
9	: Les sondages
10	La méthode d’échantillonnage
11	Le travail de terrain / La préparation des données / Les Statistiques descriptives
12	ANOVA / L’analyse de chi carre
13	Présentation
14	Présentation