

Contenus

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	<p>1.er cours : Introduction à la recherche marketing</p> <p>2.ème cours : Introduction à la recherche marketing</p> <p>3.ème cours : Les étapes de la recherche</p> <p>4.ème cours : Les recherches exploratoires</p> <p>5.ème cours : Les recherches descriptives</p> <p>6.ème cours : Les recherches causales</p> <p>7.ème cours : Examen Partiel</p> <p>8.ème cours : Les mesures et les échelles</p> <p>9.ème cours : Les sondages</p> <p>10.ème cours : La méthode d'échantillonnage</p> <p>11.ème cours : Le travail de terrain / La préparation des données / Les Statistiques descriptives</p> <p>12.ème cours : ANOVA / L'analyse de chi carre</p> <p>13.ème cours : Présentation</p> <p>14.ème cours : Presentation</p>
Ressources	<p>? Naresh K. Malhotra, Marketing Research: An Applied Orientation</p> <p>? SPSS 14.0 Student version</p> <p>? Mahir Nakip, Pazarlama Araştırmaları Teknikleri ve SPSS Destekli Uygulamalar</p> <p>? Kemal Kurtuluş, Pazarlama Araştırmaları</p>

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Introduction à la recherche marketing

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