

## Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
G546	Stratégies de marketing	2	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 politiques essentielles du marketing management et les applications manageriales dans le domaine marketing.
Contenus	<p>1.er cours : La politique de produit – Théorie et discussions sur l'étude de cas</p> <p>2.ème cours : La politique de produit- Théorie et discussions sur l'étude de cas</p> <p>3.ème cours : La politique de prix – Théorie et discussions sur l'étude de cas</p> <p>4.ème cours : La politique de prix- Théorie et discussions sur l'étude de cas</p> <p>5.ème cours : La politique de distribution- Théorie et discussions sur l'étude de cas</p> <p>6.ème cours : La politique de distribution- Théorie et discussions sur l'étude de cas</p> <p>7.ème cours : Examen Partiel</p> <p>8.ème cours : Le commerce de détails- Théorie et discussions sur l'étude de cas</p> <p>9.ème cours : La logistique- Théorie et discussions sur l'étude de cas</p> <p>10.ème cours : La politique de communication- Théorie et discussions sur l'étude de cas</p> <p>11.ème cours : La vente personnelle- Théorie et discussions sur l'étude de cas</p> <p>12.ème cours : La publicité-média- Théorie et discussions sur l'étude de cas</p> <p>13.ème cours : Le marketing international- Théorie et discussions sur l'étude de cas</p> <p>14.ème cours : L'éthique en marketing- Théorie et discussions sur l'étude de cas</p>
Ressources	<p>? Principles of Marketing, Philip Kotler &amp; Gary Armstrong</p> <p>? Le Marketing Stratégique, Jean Jacques Lambert</p> <p>? Le Marketing Fondements et Pratique, Pierre-Louis Dubois, Alain Jolibert</p> <p>? Pazarlama İlkeleri, Mehmet Karafakioğlu</p>

## Intitulés des Sujets Théoriques

<b>Semaine</b>	<b>Intitulés des Sujets</b>
1	La politique de produit – Théorie et discussions sur l'étude de cas
2	La politique de produit – Théorie et discussions sur l'étude de cas
3	La politique de prix – Théorie et discussions sur l'étude de cas
4	La politique de prix – Théorie et discussions sur l'étude de cas
5	La politique de distribution– Théorie et discussions sur l'étude de cas
6	La politique de distribution– Théorie et discussions sur l'étude de cas
7	Examen Partiel
8	Le commerce de détails– Théorie et discussions sur l'étude de cas
9	La logistique– Théorie et discussions sur l'étude de cas
10	La politique de communication– Théorie et discussions sur l'étude de cas
11	La vente personnelle– Théorie et discussions sur l'étude de cas
12	: La publicité-média– Théorie et discussions sur l'étude de cas
13	Le marketing international– Théorie et discussions sur l'étude de cas
14	L'éthique en marketing– Théorie et discussions sur l'étude de cas