

# Sociologie des marchés

Composante  
**Institut d'Administration des Entreprises (IAE)**

Volume horaire  
**23h**

## En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

---

## Présentation

### Description

Ce cours a pour but de sensibiliser les étudiants aux outils élaborés par les sciences sociales pour analyser le fonctionnement des marchés. Il s'agit de dépasser la vision atomisée d'un marché classique autorégulé pour prendre conscience que les marchés sont des structures sociales traversées par des dynamiques collectives.

Les cours magistraux abordent des théories issues de sociologie classique aux courants contemporains de sociologie économique. Les TD sont l'occasion de réaliser un travail de lecture d'articles académiques permettant d'approfondir et d'illustrer ces apports par les résultats d'études empiriques.

### Heures d'enseignement

Sociologie des marchés - CM	CM	15h
Sociologie des marchés - TD	TD	8h

### Programme détaillé

Chapitre 1. Introduction à la sociologie des marchés

Chapitre 2. Socialisation des acteurs marchands

Chapitre 3. Construction sociale du marché

Chapitre 4. La valeur de marché

Chapitre 5. Portée socio-politique de la consommation marchande

## Compétences visées

Connaître les théories sociologiques du marchés. Appliquer ces connaissances à l'analyse de marchés concrets. Mobiliser la littérature académique pour approfondir une analyse.

## Bibliographie

Chabault, V. 2017. Sociologie de la consommation : Approches théoriques classiques, Synthèse des recherches contemporaines, Décryptage des mutations. Dunod

Chessel, M-E. 2012 Histoire de la consommation. Repère 590. Paris: La Découverte

François, P. 2008. Sociologie des marchés. Paris : Armand Colin.

Steiner, Ph. 2013. Traité de sociologie économique. 2e éd. 1 vol. Quadrige. Paris: PUF.

---

## Infos pratiques

### Lieu(x)

# Poitiers-Centre Ville

### En savoir plus

# <https://iae.univ-poitiers.fr>