

Sociologies des usages et de la consommation

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

Volume horaire
30h

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

Ce cours propose de porter sur la consommation le regard des sciences sociales. Il apporte des outils conceptuels susceptibles d'être mobilisés dans le cadre d'une démarche marketing, ainsi que des clefs de lecture permettant de comprendre l'environnement social dans lequel se déploie la consommation marchande. Le cours magistral aborde dans un premier temps les théories classiques de la consommation et la sociologie du goût. Il traite dans un deuxième temps des approches de la sociologie économique contemporaine. Il se penche dans un troisième temps sur les transformations de la société de consommation marchande et ses remises en causes. Les étudiants sont amenés à approfondir les théories vues en cours par un travail de lecture d'articles académiques. Ils apprennent à mobiliser ces théories pour analyser des phénomènes marchands dans le cadre de travaux d'enquête collective.

Heures d'enseignement

Sociologies des usages et de la consommation - TD	TD	10h
Sociologies des usages et de la consommation - CM	CM	20h

Programme détaillé

1. Introduction au regard sociologique
- I. Sociologie et structures sociales
 2. Approches classiques de la consommation
 3. Consommation et stratification sociale
 4. Consommation et reproduction sociale
- II. Consommation marchande
 5. Qu'est-ce qu'un marché ?
 6. Encastrement du marché
 7. Valeur marchande : qualité et prix
- III. La consommation au-delà du cadre marchand
 8. Consommation et valeurs hors marché
 9. Société de consommation marchande : Aliénation ou intégration
 10. Consommations engagées

Compétences visées

Conduire une analyse réflexive et distanciée de phénomènes de consommation et d'environnements marchands

Mobiliser des sources académiques en sciences sociales pour étayer une analyse

Confronter des analyses théoriques à un travail d'étude empirique

Construire un regard distancié et critique sur de futures conditions d'exercice professionnelle afin de développer une posture responsable

Bibliographie

- Chabault, V. 2017. Sociologie de la consommation: Approches théoriques classiques, Synthèse des recherches contemporaines, Décryptage des mutations. Dunod,
- Chessel, Marie-Emmanuelle. Histoire de la consommation. Repère 590. Paris: La Découverte, 2012.
- Desjeux, D. 2006. La consommation, Paris: Presses universitaires de France. Que Sais-Je ?, n° 3754.
- François, P. 2008. Sociologie des marchés. Paris : Armand Colin.
- Heilbrunn, B. 2005. La consommation et ses sociologies, Paris: Armand Colin, 128, n° 314.
- Herpin, N. 2004. Sociologie de la consommation, Paris: E#d. La De#couverte. Repère, n° 319.

Infos pratiques

Lieu(x)

Angoulême

En savoir plus

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