

# Sociologie de la Consommation et de l'Echange Marchand

Niveau d'étude  
**Bac +5**

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

Période de l'année  
**Année**

## En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** A distance
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale, Formation continue, Contrat d'apprentissage
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

---

## Présentation

### Description

**Sociologie de la Consommation et de l'Échange Marchand** => Aucune étude marketing précise et surtout responsable ne peut aboutir sans une analyse des enjeux liés aux interactions marchandes et à l'encastrement des marchés dans les structures sociales, institutions, réseaux et autres dispositifs d'intermédiation marchande. Étudier l'environnement social des consommateurs ciblés permet d'identifier et de comprendre les leviers extrinsèques qui motivent leurs décisions d'achat face à leurs groupes d'aspiration et leurs références dissociatives. Cette approche est essentielle pour nourrir les réflexions de stratégie marketing car elle donne également de la consistance à une intégration de la responsabilité sociétale permettant à chacun de se positionner dans ses groupes restreints et dans la société en général. Sans comprendre le tout, impossible d'en comprendre les parties.

### Heures d'enseignement

TD TD 30h

---

## Infos pratiques

### Lieu(x)

# Poitiers-Centre Ville

### En savoir plus

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