Théories de la socialisation du consommateur

Composante	Volume horaire
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)	**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 vise à comprendre et expliquer le développement des comportements de socialisation à la consommation tant de l'enfant que de l'adulte. Il répond aux questions suivantes : Comment apprend-on à se comporter comme un consommateur ? Comment se transmettent des savoir-faire de consommateur ? Comment apprécier les compétences du consommateur ? Comment cerner les vulnérabilités du consommateur ? S'appuyant sur les acquis de la psychologie du développement et de la sociologie de la consommation, ce cours aborde de façon critique les principaux facteurs de socialisation à la consommation en analysant de nombreuses situations concrètes.

Heures d'enseignement

Théories de la socialisation du consommateur - TD	TD	10h
Théories de la socialisation du consommateur - CM	CM	20h

Programme détaillé

Introduction : Qu'est-ce qu'un consommateur ? Qu'est-ce que la socialisation ? Apports de la psychologie du développement et de la sociologie de la consommation pour comprendre le développement des compétences du consommateur.

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 31 mai 2021

Partie 1. Acquérir et apprendre à maîtriser certains types de connaissances- connaissance des transactions marchandes - capacité et savoir-faire en matière de décision - cerner les motivation à consommer
Partie 2. Apprendre en relation avec des agents de socialisation- les différents agents de socialisation - apprendre les rôles sociaux - types d'apprentissages et autonomisation du consommateur
Partie 3. Apprendre à participer à des activités de consommation - les outils culturels et les activités conjointes - le rôle d'autrui dans les apprentissages- compétences et vulnérabilités du consommateur
Conclusion : Synthèse et retour critique sur la notion de socialisation du consommateur.

Compétences visées

Connaître les théories de la socialisation du consommateur
Caractériser les agents de socialisation
Différencier les pratiques de consommation

Bibliographie

MOSCHIS, G., & CHURCHILL, G. (1978). Consumer socialization: a theoretical and empirical analysis. Journal of Marketing

Research, 15, pp.599-609. ROEDDER JOHN R.D. (1999), Consumer socialization of children: a retrospective look at twenty-five years of research », Journal of Consumer Research, 26 : 3, pp. 183-213

ROEDDER JOHN R.D. (1999), Consumer socialization of children: a retrospective look at twenty-five years of research », Journal of Consumer Research, 26 : 3, pp. 183-213

DE LA VILLE Valérie-Inés (Ed.) (2005). L'enfant consommateur - Variations interdisciplinaires sur l'enfant et le marché, Paris: Vuibert

MARSHALL David (Ed.) (2010). Understanding Children as Consumers, London : Sage.

Infos pratiques

Lieu(x)

Angoulême

En savoir plus

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

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 31 mai 2021