

# Construire une analyse sociologique des pratiques de consommation

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

## 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 introduit les étudiants au raisonnement sociologique et présente un panorama des courants de sociologie de la consommation et de sociologie des marchés susceptibles d'être mobilisés dans le cadre d'une démarche marketing. Un accent particulier est mis sur la compréhension des implications sociales et politiques du fonctionnement des marchés, afin d'alimenter une réflexion sur la responsabilité sociétale des acteurs marchands.

### Objectifs

A l'issue de ce cours, les étudiants savent se repérer dans le paysage des théories sociologiques de la consommation et des marchés. Ils doivent être capable d'élaborer un raisonnement sociologique.

## Heures d'enseignement

|    |    |     |
|----|----|-----|
| CM | CM | 18h |
| TD | TD | 9h  |

## Pré-requis obligatoires

Le cours se veut une introduction à la démarche sociologique. La connaissance préalable de la sociologie n'est pas un prérequis. En revanche, les étudiants doivent connaître les méthodes d'enquêtes qualitatives et quantitatives, communes aux sciences humaines, qui ont été abordées préalablement dans les enseignements d'études de marchés.

## Programme détaillé

Séance 1. Introduction au raisonnement sociologique

Séance 2. Les regards de l'économie et de l'histoire

Séance 3. Consommation et stratification sociale

Séance 4. Consommation et reproduction sociale

Séance 5. Qu'est-ce qu'un marché ?

Séance 6. Valeur marchande : Qualité et prix

Séance 7. Consommation et valeur hors marché

Séance 8. La société de consommation marchande : Aliénation ou intégration ?

Séance 9. Consommations engagées

## Compétences visées

Connaître les principaux courants sociologiques susceptibles d'éclairer une démarche marketing.

Élaborer un raisonnement sociologique.

Lire un article académique de sciences humaines.

## 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)

# Angoulême

### En savoir plus

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