

Marketing & Society

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Interaction du marketing et de la société. Ethique des pratiques marketing. Analyses thématiques, par exemple autour de la représentation des minorités dans le discours des marques.

Approche ouverte et critique des pratiques marketing

Compétence à acquérir :

Connaissance des problématiques d'éthique et de responsabilité sociale. Capacité d'analyse critique des situations