

## Master en Recherche en Sciences de Gestion (M2 RSG)

|                       |                             |
|-----------------------|-----------------------------|
| Titre du Cours :      | <b>Marketing (GM2RSG23)</b> |
| <i>Course Title:</i>  |                             |
| Heures :              | 30                          |
| <i>Lecture hours:</i> |                             |
| ECTS Credits:         | 6                           |

➤ **PRE-REQUIS / PRE-REQUISITE**

**Connaissances en Marketing Fondamental**

➤ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS / LEARNING OBJECTIVES**

Le développement durable fait son chemin dans les mentalités des consommateurs d'un côté et en réponse à cela les entreprises et les acteurs du Marketing réagissent en intégrant l'argument écologique comme élément de vente et communication. Ainsi, l'objectif est d'intégrer la notion de Développement durable dans l'offre de produit et mettre en place des outils adaptés.

➤ **CONTENU DU COURS / DESCRIPTION OF THE COURSE**

Ce cours traite des incidences du développement durable (DD) et de la responsabilité sociétale des organisations (RSO) sur la création de valeur dans une perspective stratégique et marketing. Il met l'accent sur les nouvelles opportunités stratégiques offertes par une approche RSO/DD et sur les sources de création de valeur. Il introduit la notion de valeur étendue, puis il aborde différents aspects du marketing tels que l'évolution de la demande des consommateurs, le cycle de vie du produit dans une optique d'éco-conception, la question du prix dans une économie de fonctionnalité et plus largement les impacts du DD et de la RSO sur le marketing mix.

➤ **LISTE DES SUJETS OU RESUME DES SÉANCE/ TOPICS OF EACH SESSION OR SUMMARY OF THE COURSE**

Introduction

1. Quelques notions fondamentales sur la responsabilité sociétale des organisations (RSO) et le développement durable (DD)
2. Les incidences de la RSO et du DD sur la création de valeur ?
3. La notion de valeur étendue pour un renouvellement du marketing

➤ **METHODES D'EVALUATION (CONTROLE CONTINU) / EVALUATION AND GRADING**

- **Participation (10%)**
- **Oral (40%)**
- **Ecrit (50%)**

Plusieurs sujets de recherches sont proposés aux étudiants qui en choisissent un. Le travail à fournir consiste en un dossier d'une quinzaine de pages à rendre début janvier.

➤ **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES / BIBLIOGRAPHY**

Les références indiquées sont indicatives. Elles ne sont pas obligatoires mais fortement recommandées.

- Bascoul G. et J.-M. Moutot (2009), Marketing et Développement Durable, Dunod, 226 p.

- Brunel S. (2009), Le développement durable, Collection Que Sais-je ? PUF, 127 p.

- Capron M. et Quairel-Lanoizelée F. (2010), La responsabilité sociale d'entreprise, Collection Repères, Ed La Découverte, 126 p.

- Reynaud E. (2011), Le développement durable au cœur de l'entreprise, coord par E. Reynaud, Dunod, 202 p.

- Wolff et al (2010), Le développement durable, théories et applications au management, D. Wolff (dir.), Ed Dunod, 278 p.