

USM31E - Marketing responsable

Présentation

Objectifs pédagogiques

Présentation:

Il s'agit dans cet enseignement d'intégrer de nouveaux enjeux dans le marketing de l'entreprise qu'il s'agisse des problématiques de développement durable, d'éthique ou encore de responsabilité sociale, sociétale et environnementale. La connaissance de ces problématiques dans une perspective critique doit permettre au marketing de développer des offres porteuses de sens et de valeur pour l'entreprise et ses parties prenantes dans le cadre de l'intérêt général

Objectif pédagogique:

Identifier définir et mettre en œuvre les pratiques relevant du marketing responsable

Compétences

Articuler le marketing avec les enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux des organisations concernées

Programme

Contenu

Analyser l'environnement de l'organisation et déceler les réponses explicites (lois), implicites (opinions publiques, activisme)

Diagnostiquer les points susceptibles d'être critiqués ou offrant un potentiel

Articuler la stratégie RSE avec le marketing responsable

Construire une valeur sociétale pour une marque/entreprise

Modalités de validation

- Examen final

Description des modalités de validation

Evaluation individuelle ou collective sur une situation réelle d'entreprise

Mis à jour le 13-02-2024



Code : USM31E

Unité spécifique de type cours

4 crédits

Responsabilité nationale :

EPN15 - Stratégies / 1

Contact national :

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

01 58 80 86 55

Zahra ADJLOUT

zahra.adjlout@lecnam.net