USM31E - Marketing responsable

Mis à jour le 14-02-2025

Code : USM31E

Unité spécifique de type cours

4 crédits

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / Catherine DE LA FOUCHARDIERE

Contact national :

EPN15

2 rue Conté
75003 Paris
01 40 27 25 15
Huguette AFFERI
amoin-huguette.afferi@lecnam.net

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

Permettre la prise de conscience des enjeux de responsabilité sociétale et environnementale (RSE)

Développer l'esprit critique pour former des futurs professionnels capables de mener des transformations dans le domaine du marketing

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