

Nombre de crédits : 2

Langue d'enseignement : Français

Enseignants :

≡ DESCRIPTION DU COURS

Cours, études de cas, travaux de groupes

≡ OBJECTIF DU COURS

- Objectifs pour l'enseignant
- Caractériser une démarche RSE: (environnementale, sociétale /social et économique) dans une approche marketing
- Décrire la norme ISO 26000 (RSE)/ dimension marketing
- Définir les nouvelles dimensions d'un marketing responsable

- A l'issue de ce cours, l'étudiant capable de:
- Analyser les enjeux de la RSE /DD (Développement Durable) et ses défis dans le cadre d'une approche marketing.
- Comprendre La norme ISO 26000 la référence de la RSE
- Evaluer et Intégrer une démarche RSE/DD dans une approche marketing opérationnelle plus large

≡ COMPÉTENCES VISÉES PAR LE COURS

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

- la création de valeur en RSE/DD, la notion de valeur étendue
- analyse et perception du cycle de vie du produit/service
- dialoguer et travailler avec les parties prenantes.
- L'intégration de nouvelles valeurs dans le marketing mix.
- Les relations entre les directions RSE/DD et marketing.
- Présentation de la norme RSE ISO 26000

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Théorie, apprentissage par des cas pratiques (6 cas) , workshops

≡ TRAVAIL ATTENDU

que les étudiants s'approprient la démarche RSE / DD en marketing

≡ BIBLIOGRAPHIE

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION