

Conso. responsable et comportement du consommateur



ECTS
crédits



Composante
IAE Savoie
Mont Blanc

En bref

- > **Langues d'enseignement:** Français
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Objectifs

L'objectif principal du cours est d'approfondir l'étude du comportement du consommateur dans le champ de la consommation responsable par

- * un panorama de consommation responsable,
 - * l'approfondissement de techniques favorisant le changement de comportement des individus telles que le Nudge,
- et l'analyse du rôle relatif de l'information (en particulier l'étiquetage environnemental) et du goût dans le processus de choix des produits alimentaires

Heures d'enseignement

Conso. responsable et comportement du consommateur - CM	Cours Magistral	10,5h
Conso. responsable et comportement du consommateur - TD	Travaux Dirigés	10,5h

Plan du cours

Partie Comportement du consommateur et consommation responsable - Nudge

Chapitre 1 – Comprendre le concept de consommateur responsable et les différentes formes de consommation responsable

Chapitre 2 – Une remise en cause des modèles traditionnels du comportement du consommateur

Chapitre 3 – Introduction à la technique du Nudge

Chapitre 4 – Protocole de conception d'un Green Nudge

Bibliographie

Moutot, J-M., & Bascoul, G., (2009). Marketing et développement durable : Stratégie de la valeur étendue, Paris, Dunod.

Devinney, T. M., Auger, P., & Eckhardt, G. M. (2010). The myth of the ethical consumer. Cambridge University Press.

Ertz, M. (2021). Marketing responsable. Editions JFD.

[Recommandations « Développement durable » de l'ARPP](#)

[Le Guide pratique des allégations environnementales - Conseil national de la consommation](#)

[Guide Anti Greenwashing- ADEME](#)

La communication responsable - Alice Audoin, Anne Courtois, Rambaud-Paquin

Jérôme Ballet & Françoise Debry, L'éthique et l'entreprise, Seuil (poche), 2001.

Roland Acquier & Jean-Pascal Jong Aux sources de la Responsabilité Sociale de l'entreprise, AIMS, 2005 (disponible en ligne).

Jean-Jacques Nillès, Pour une approche pragmatique de l'éthique dans la vente, Décisions Marketing, 2001.

Thomas Blanc & alii, Quels sont les ingrédients d'une relation client-fournisseur de qualité ? Décisions Achat, 2014.

Samuel Mercier, L'éthique dans les entreprises, Editions de La Découverte, 2004.

NF ISO 26000, Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale, Editions de l'AFNOR, 2010

Ariely, D. (2017). C'est (vraiment?) moi qui décide. Les raisons cachées de nos choix. Flammarion.

Thaler, R. et Sustein, C. (2012) Nudge : la méthode douce pour changer de comportement. Vuibert

Singler, E. (2015). Green Nudge: Changer les comportements pour sauver la planète. Pearson.

Infos pratiques

Lieux

➤ Anancy-le-Vieux (74)

Campus

➤ Anancy / campus d'Anancy-le-Vieux