

- Faculté des sciences économiques
- [www.unine.ch/seco](http://www.unine.ch/seco)

## Marketing social et responsable (5EN2031)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
<b>Master en développement international des affaires</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	<b>cont. continu</b>	<b>6</b>

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

### Période d'enseignement:

- Semestre Printemps

### Equipe enseignante:

Professeur : Valery Bezençon  
valery.bezencon@unine.ch  
Tél. : ++41 (0)32 718 13 67  
Assistant : Mansour Omeira  
mansour.omeira@unine.ch  
Tél. : ++41 (0)32 718 19 22

### Objectifs:

L'objectif du cours est multiple. Il vise premièrement à développer l'esprit critique des étudiants vis-à-vis du marketing dans la société, de la relation entreprise et société et de la responsabilité sociale des entreprises, afin de les amener à comprendre les enjeux de ces thématiques. Il cherche ensuite à amener les étudiants à comprendre et savoir utiliser les théories du comportement et du marketing pour aborder les problèmes sociaux. Enfin, le cours contribue à la formation des étudiants à mener, présenter, et discuter des travaux de recherche, ainsi qu'à la planification d'interventions de marketing social.

À la fin du cours, les étudiants seront capables de mener une recherche et/ou (selon leur projet) d'effectuer un mandat appliqué dans les domaines du marketing social, de la responsabilité sociale des entreprises, de la consommation responsable, ou dans des domaines connexes.

### Contenu:

Le cours aborde les sujets suivants:

- L'entreprise, le marketing et la société
- La responsabilité sociale des entreprises
- Lecture critique de théories du comportement du consommateur liées aux problématiques sociales et internationales
- Le marketing social
  - o Le processus de planification
  - o L'analyse du contexte
  - o Sélection de l'audience et des objectifs
  - o Développement de la stratégie et des tactiques
  - o Suivi et évaluation de projets
  - o Génération d'insight

### Forme de l'évaluation:

- La conduite d'un projet de recherche empirique ou conceptuelle et sa présentation
- La conduite d'un séminaire en classe
- La discussion d'articles et l'évaluation des présentations des autres étudiants
- Une note finale du cours d'au minimum 4 basée sur l'évaluation continue. Deux options :

o Rapport du projet (30 points), présentation du projet en classe (5 points), séminaire/présentation/discussion (10 points), 3 critiques d'articles et évaluation des présentations (15 points). Note sans exa = somme des points / 10.

o Option avec examen final : note avec exa = (note sans exa \* 0.7 + note exa \* 0.3).

Si la note avec examen final est inférieure à la note sans examen final, la note sans examen final compte.

En cas d'échec, les étudiants devront passer un examen oral de rattrapage de 20 minutes.

- Faculté des sciences économiques
- [www.unine.ch/seco](http://www.unine.ch/seco)

## **Marketing social et responsable (5EN2031)**

### **Documentation:**

Carroll, A., & Buchholtz, A. (2014). Business and society: Ethics, sustainability, and stakeholder management. 9e édition. Cengage Learning.  
Lee, N. R., & Kotler, P. (2015). Social marketing: Influencing behaviors for good. 4e édition. Sage Publications.  
Lefebvre, R. C. (2013). Social marketing and social change: Strategies and tools for improving health, well-being, and the environment. John Wiley & Sons.  
Steiner, J., & Steiner, G. (2011). Business, Government, And Society: A Managerial Perspective. 13e édition. McGraw-Hill/Irwin.

D'autres références seront fournies durant le cours.

### **Pré-requis:**

Marketing

### **Forme de l'enseignement:**

Présentations des concepts théoriques, études de cas, études d'articles, apprentissage participatif, projets de recherche empirique ou conceptuelle