

# Marketing solidaire

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Période de l'année : Enseignement cinquième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences sociales et administration
- > En savoir plus : site internet UFR SSA <https://ufr-ssa.parisnanterre.fr/>

## Présentation

---

Le cours de *Marketing solidaire* a pour objectif de faire acquérir aux étudiant.e.s les notions essentielles sur le marketing appliqué aux organismes de l'économie sociale et solidaire, et en particulier aux associations. Il vise à comprendre l'intérêt pour ces organismes d'utiliser les outils et concepts du marketing afin d'optimiser leurs actions et la mise en œuvre de leurs projets. Les étudiant.e.s pourront, lors de cet enseignement, manipuler ces principaux instruments grâce à des études de cas.

## Objectifs

---

- \* Comprendre la démarche marketing appliquée à l'ESS, notamment aux associations.
- \* Connaître les principaux concepts marketing.
- \* Avoir une analyse critique des stratégies mises en œuvre par les organismes de l'ESS, et principalement par les associations.

## Évaluation

---

Examen écrit (étude de cas)

## Pré-requis nécessaires

---

Aucun

## Compétences visées

---

- \* A l'issue de cet enseignement, les étudiant.e.s auront les compétences nécessaires à l'étude critique des stratégies marketing menées par les organismes de l'ESS, en particulier les associations.
- \* Elles, ils seront capables d'évaluer leur efficacité et de proposer des recommandations afin de les améliorer.

## Bibliographie

---

Gallopel-Morvan, K., & Birambeau, P., *Marketing et communication des associations*, Dunod, dernière édition.

Kotler, P., Dubois, B., & Manceau, D., *Marketing Management*, Pearson education, dernière édition.

Libaert, T., & Pierlot, J., *Communication des associations*, Dunod, 2009.

Michel, G., *Au cœur de la marque, Les clés du Management de la marque*, Dunod, 2009.

## Contact(s)

- > **Nathalie Veg**  
Responsable pédagogique  
[nveg@parisnanterre.fr](mailto:nveg@parisnanterre.fr)