

Jeudi 29 novembre 2007

12h30 à 14h

Local W-2235 (Pavillon Thérèse-Casgrain)

« Modes de consommation irresponsables: Comment en est-on arrivé là? »

par

Benoît Duguay

Docteur en communication

Professeur, École des sciences de la gestion, UQÀM
Auteur des ouvrages *Consommation et image de soi* (2005)
et *Consommation et luxe* (2007)



La notion de besoin utilisée comme fondement du marketing par la vaste majorité des théoriciens de cette discipline n'est plus adaptée, à supposer qu'elle ne l'ait jamais été, pour expliquer le comportement d'achat des consommateurs. D'autres concepts paraissent plus pertinents, dont celui des attentes du consommateur, elles-mêmes déterminées par d'innombrables facteurs, tels que la publicité, l'évolution technologique, l'image de soi ou la référence sociale. Ces nouvelles connaissances permettent de jeter un regard autre sur la responsabilité des différents acteurs - l'individu, la société, les entreprises - dans le développement d'une société de consommation devenue irresponsable.

Entrée libre



Thierry Bourgoignie

Professeur, directeur

Groupe de recherche en droit international et
comparé de la consommation

gredicc@uqam.ca

(514) 987-3000 poste 1635