

**Proposition de Séminaire Doctoral ED EOS 395  
2017-2018**

**« Consommation entre story telling et sense  
making :  
Quand les marques se racontent, quels sens offrent-  
elles ? »**

**Béatrice Bellini (Sciences de gestion, CEROS)  
Sabine Effosse (Histoire, IDHES)**

Histoire des marques et mise en récit des marques : quel impact sur le consommateur ?

De l'innovation du ROS (Return on Sense) face au plus classique Return on attention (ROA de la marque) dans un contexte où la responsabilité sociale des entreprises participe de plus en plus à la valorisation des marques.

Calendrier: 3 séances dans l'année, le mercredi de 10h à 13h,  
Paris-Nanterre, bâtiment Max Weber

Dates à confirmer (en fonction de la disponibilité des intervenants)

- 25 octobre 2017 : Histoire des marques, récit des marques  
Eugénie Briot, Entreprise Givaudan (parfum), « Créer des histoires pour vendre des produits : le n°5 de Chanel »  
Isabelle Gaillard, Université de Grenoble, « Décathlon, à fond la pub ! Ou comment vendre le sport pour tous »

- 31 janvier 2018:

Philippe Moati, Paris Diderot et Obsoco

« Dé-penser la consommation: est-on réellement en quête de sens ? »

- 23 mai 2018 : 1968-2018 : La « marque » Nanterre  
Cédric Le Cocq « Tenter la Révolution : le rôle de l'UNEF à Nanterre en 1968, et après quelle.s marques pour les générations d'étudiants? » discutant Daniel Cohn Bendit (sous réserve)  
Catherine Klein (directrice du service environnement de la ville de Nanterre) « Rôle de l'événement Ecozone dans l'identité de la ville »

Validation : 1 ECTS par séance

Volume horaire en équivalent TD pour les responsables du séminaire: 18 heures