Metropolisation et marketing territorial

Composante
UFR Sciences Sociales

Période de l'année
Semestre 7

En bref

Méthodes d'enseignement: En présence

Ouvert aux étudiants en échanges: Non

Présentation

Résumé

(12h CM)
Ce cours a pour objet l'étude des processus de métropolisation, au prisme des pratiques de différenciation territoriale. Entre stratégies de communication et politiques de l'image, nous étudierons comment et pourquoi l'attractivité est devenue un objectif central du développement métropolitain. Pour cela, nous nous appuierons sur des études de cas, notamment celles de la fabrique des villes « créatives », « durables », ou encore « intelligentes » (*smart cities*). Une attention particulière sera apportée aux processus corollaires à ces politiques (ségrégation et mixité sociale, gentrification des centres urbains et revendication d'une justice spatiale). Les objectifs de ce cours sont autant d'acquérir des connaissances théoriques (notions, processus, ...) que pratiques (analyse d'une démarche de marketing, étude des procédés de communication autour des projets, ...).
Intervenante : M.A. Le Breton

Bibliographie

- Mégard D., Deljarrie B., *La communication des collectivités locales*, LGDJ, 2003
- Rosemberg M., *Le marketing urbain en question. Production d'espace et de discours dans quatre projets de ville*, Anthropos, 2000

Informations non contractuelles. Les formations sont proposées sous réserve d'accréditation ministérielle délivrée tous les 5 ans.
Dernière mise à jour le 06 novembre 2025