

Sociologie des marchés

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Sociologie des marchés

Auteur(s) : François, Pierre (1973-....)

Editeur, producteur : Paris : A. Colin, DL 2008
(53-Lassay-les-Châteaux; Impr. EMD)

Description matérielle : 1 vol. (311 p.) : couv. ill. en coul. ; 24 cm

Collection : Collection U Sociologie

ISBN : 978-2-200-34568-6

EAN : 9782200345686

Appartient à la collection : Collection U. Série Sociologie 0768-1739 2008
Collection U 0750-7763 2008

Classification décimale Dewey : 306.3 23

Note(s) : Bibliogr. p. [287]-304. Index

Résumé ou extrait : Les marchés sont désormais au centre de la réflexion sociologique car les réalités marchandes sont désormais étroitement associées à toute réalité humaine. C'est un enjeu majeur tant la juste compréhension de ce qu'est un marché conditionne toute action politique et sociale. Les marchés assurent-ils la libre coopération de chacun, ou ne sont-ils finalement que des instruments de domination et d'exploitation ? Les pratiques qui les portent relèvent-elles de calculs déshumanisés, ou procèdent-elles au contraire de conventions et de valeurs ? Qu'en est-il exactement de l'omniprésence presque obsédantes des marques comme des normes et des labels divers ? De la violence imposée par des dynamiques concurrentielles ?

Sujet(s) : Sociologie économique
Économie de marché Sociologie
Marché financier Sociologie

Sujet - Nom commun : Économie de marché -- Sociologie