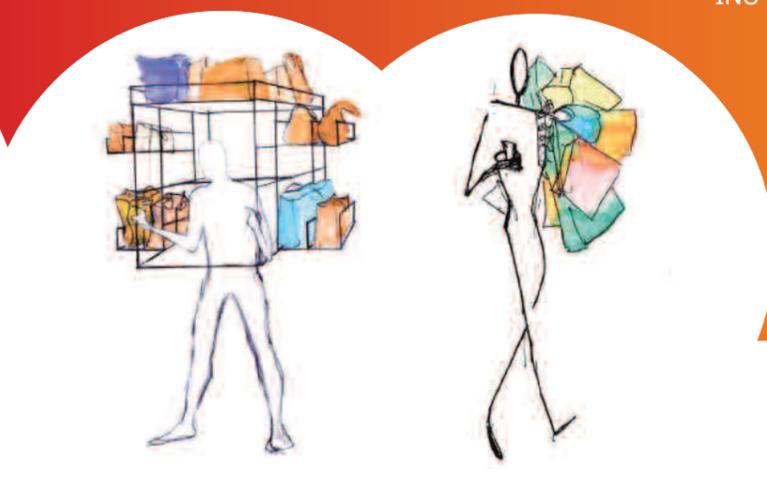




Responsables :
Cédric Calvignac,
MCF sociologie,
INU Champollion, CERTOP (UMR5044)
cedric.calvignac@univ-tlse2.fr
Franck Cochoy,
PU sociologie,
UT2J, LISST (UMR5193)
cochoy@univ-tlse2.fr
Guillaume Favre,
MCF sociologie, UT2J,
LISST (UMR5193)
guillaume.favre@univ-tlse2.fr



S'inscrivant dans le cadre de l'opération de recherche « mondes économiques » du LabEx Structurations des Mondes Sociaux et animé par des enseignant•es chercheur•euses du CERTOP (UMR 5044) et du LISST (UMR 5193), le séminaire est ouvert à toute personne intéressée par l'analyse sociologique des mondes technologiques et marchands.

PROGRAMME

2023

2024

UNIVERSITÉ
TOULOUSE
JEAN JAURÈS

14h-17h

Vendredi 15 décembre 2023

Bâtiment Olympe de Gougues, GS124

Éric Boutroy, maître de conférences en sociologie, Université Claude Bernard Lyon 1, Membre du Laboratoire sur les Vulnérabilités et l'Innovation dans le Sport (L-ViS)

De lead user à entrepreneur. Tensions autour de la marchandisation du making dans une communauté de pratique en ligne

Vendredi 19 janvier 2024

Bâtiment Olympe de Gougues, GS122

Séance co-organisée avec le séminaire **Savoirs, Réseaux, Médiations**

Nikita Basov, Senior Lecturer in Network Analysis, Department of Social Statistics, University of Manchester, UK.

Socio-Cultural Patterning of the European Intellectual Landscape

Vendredi 2 février 2024

Maison de la Recherche, F337

Anne-Sophie Béliard, maîtresse de conférences en sociologie, Université Grenoble Alpes, membre du laboratoire PACTE (UMR 5194) & **Sidonie Naulin**, maîtresse de conférences, Sciences Po Grenoble, membre du laboratoire PACTE (UMR 5194)

À quoi servent les événements professionnels ?

Vendredi 8 mars 2024

Maison de la Recherche, F315

Abdoulaye Diaw, doctorant au Centre de Sociologie de l'Innovation, Mines ParisTech

La redistribution des médiations marchandes dans l'achat-vente en vrac : suivre le processus d'innovation d'un distributeur pour les épices

Vendredi 17 mai 2024

Maison de la Recherche, F337

Kevin Mellet, Assistant Professor à SciencesPo, Centre de Sociologie des Organisations, Paris

La sociologie peut-elle sauver le marketing ?