

4.0 crédits	30.0 h	1q	Ce cours bisannuel est dispensé en 2010-2011, 2012-2013, ...

Enseignants:	Lesch Walter ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés :	<p>Pour atteindre les objectifs fixés,</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'activité proposera une analyse d'une question précise à choisir chaque année en alternance dans le secteur politique ou dans le secteur économique ; - les grands dossiers d'actualité constitueront les objets des recherches à mener avec les outils de l'éthique contemporaine selon ses articulations en philosophie et en sciences sociales ; - il s'agira aussi d'identifier les spécificités d'un regard chrétien conscient de la pluralité des approches.
Acquis d'apprentissage	<p>Au terme de cette activité de formation, l'étudiant sera à même de clarifier les catégories fondamentales de la réflexion éthique dans le contexte des grandes questions de société ; de situer les contributions des traditions chrétiennes aux débats sur le lien social ; d'analyser les enjeux de l'engagement social des chrétiens en dialogue avec d'autres convictions.</p> <p><i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i></p>
Contenu :	<p>2012-2013</p> <p>Éthique économique : La religion du marché et le marché des religions</p> <p>La société de consommation est souvent critiquée comme un culte des marques qui prennent des dimensions quasi religieuses. Déjà en 2000, Naomi Klein a décrit la nouvelle logique du branding dans NO LOGO, son livre sur l'alter-mondialisation. La première partie du cours, une introduction à l'éthique des affaires, s'intéressera à la compréhension des mécanismes de cette « tyrannie des marques » et de leurs références mythiques. Dans la deuxième partie du cours, ces instruments d'analyse seront appliqués aux religions qui n'échappent pas aux contraintes de la gestion de leurs ressources et de la communication par des images fortes (religions as brands). Cette double démarche ouvrira un champ de recherches sur une « économie du salut » dans des dimensions très concrètes.</p>
Autres infos :	.
Cycle et année d'étude :	<p>> Master [60] en théologie</p> <p>> Master [120] en sciences politiques, orientation relations internationales</p> <p>> Master [120] en sciences politiques, orientation générale</p> <p>> Master [120] en philosophie</p> <p>> Certificat universitaire en éthique économique et sociale</p> <p>> Master [120] en éthique</p> <p>> Master [120] en théologie</p> <p>> Master [120] en sociologie</p> <p>> Master [120] en anthropologie</p> <p>> Master [120] en administration publique</p>
Faculté ou entité en charge:	TEBI