

Ressource R2.09 : Psychologie sociale

Parcours : Tronc Commun Heures : 18 heures

Descriptif

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Appréhender l'engagement dans le comportement de consommation
- Prendre conscience des enjeux des différentes situations de communication
- Comprendre les processus d'influence (socioculturels et médiatiques)

Mots clés : Groupe social – processus d'influence – personnalité – communication persuasive

Contenu Pédagogique

Contenu :

- Les individus, groupes sociaux et leurs caractéristiques : personnalité/ individualité, croyance, attitudes, émotions, culture, catégorisation sociale, motivation
- Les modèles et théories : théories des besoins, théorie du comportement planifié, théories de l'engagement, théories de l'influence sociale
 - Dynamique de groupe
 - Gestion de conflit, gestion du stress
 - Communication persuasive / engageante
 - Influence consciente et non consciente sur les attitudes et les comportements
 - Processus de mémorisation et d'attention

Compétences Ciblées

Vendre une offre commerciale, Communiquer l'offre commerciale

Apprentissages Critiques Liés

- AC13.03
- AC12.05

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET Secrétariat Caroline MILCENT-MONTIER Zarhaa KHALED	Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr iut-sec-tc@univ-lehavre.fr Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr Directrice des études BUT 1 – zarhaa.khaled@univ-lehavre.fr
--	--