

Ressource R3.09 : Psychologie sociale du travail

Parcours : BDMRC Heures : 12 heures

Descriptif

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Comprendre la complexité des organisations
- Identifier les principaux effets cognitifs, conatifs et affectifs de l'environnement professionnel sur les acteurs et leurs

répercussions sur les constructions identitaires professionnelles

Mots clés : Hiérarchie – pouvoir et stratégie des acteurs – ingénierie psychosociale – déterminant sociocognitif – bien-être au travail – satisfaction de vie au travail – changement – identité au travail/identité professionnelle – ergonomie

Contenu Pédagogique

- Approfondissement et utilisation des leviers pour faire évoluer l'offre en s'appuyant sur des outils de création de valeur

tout en proposant une communication efficace pour la promouvoir (construction et utilisation d'outils de mesure des déterminants sociocognitifs : attitudes, représentations sociales, intentions comportementales)

- Questionnement des notions de RSE et de performances commerciales au regard des notions de bien-être, de qualité

de vie au travail, de satisfaction au travail et de façon plus générale au regard des indicateurs sociaux

- Appréhension de l'ingénierie psychosociale comme un outil de diagnostic permettant d'évaluer un problème (audit),

conceptualisation d'une solution alternative, construction d'un modèle d'action et application du modèle d'action tout en comprenant les mécanismes de la résistance au changement et en apprenant à accompagner la conduite du changement.

- Compréhension des interactions entre les environnements organisationnels, professionnels et les pensées, sentiments

et comportements des salariés et groupes de salariés.

- Appréhension des impacts de l'environnement sur le fonctionnement d'une entreprise (système ouvert) et sur ses stratégies marketing (environnement / écologie - vie de travail / vie hors travail - culture du pays)

— Sensibilisation à l'aménagement des postes de travail mais aussi à la présentation ergonomique des données

Compétences Ciblées

Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation, Conduire les actions marketing

- AC24.03BDMRC
- AC24.02BDMRC
- AC24.01BDMRC
- AC21.01
- AC21.03

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET	Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr
Secrétaire	iut-sec-tc@univ-lehavre.fr
Caroline MILCENT-MONTIER	Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr
Sylvie LEBER	Directrice des études BUT 2 – sylvie.leber@univ-lehavre.fr