

## 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