

# TISS: Psychologie Sociale de la Communication et du Marketing



Etude,  
Recherche,  
Intervention,  
& Conseil



Responsables :

**Pr. Eric Tafani**  
*Eric.Tafani@univ-provence.fr*

**Pr. Christian Guimelli**  
*Christian.Guimelli@univ-provence.fr*

Site Web : <http://www.lps-aix.com/mastercommarketing.htm>

## Présentation générale

L'objectif de ce TISS consiste en une initiation aux théories et aux méthodologies de la psychologie sociale de la Communication (Elaboration de stratégies de communication ; Mise en œuvre et suivi des campagnes de publicité et de prévention) et du Marketing (études d'image de marque, enquêtes d'opinion, étude de marché). Il s'agit notamment de former les étudiants à la conception, la mise en œuvre, l'analyse et le suivi d'une démarche de conseil ou d'intervention fondée sur de solides référents théoriques et une méthodologie pertinente et efficace qui soit adaptée à la demande.

## Organisation du TISS

### - Le TISS s'organise autour de 4 axes

- 1) La présentation **des métiers et des missions des psychologues dans la Communication** (Chargé de communication ; Responsable de campagnes de Publicité ou de Prévention ; Consultant...) **et le Marketing** (Chargé d'étude marketing ; Chargé d'enquête d'opinion ; Chargé d'analyse et de développement marketing ; Planneur Stratégique ; Chargé de marque, de marché ou de produit ; Chargé du marketing stratégique et/ou opérationnel...).
- 2) Une introduction aux **théories** (Influence Sociale ; Persuasion ; Emotions et traitement motivé des messages ; Catégorisation ; Attitudes ; Représentations Sociales) **et méthodes** (Entretien, Enquête, Expérimentation) **de la Psychologie du Consommateur et à leur application en Communication et Marketing.**
- 3) **La réalisation d'une étude de terrain dans le champ de la Communication et du Marketing** (études d'image de marque, enquêtes d'opinion, étude de marché) : Définition des objectifs, Conception de l'étude, Recueil et Analyse des données, Interprétation, Rédaction d'un compte-rendu, Recommandations.
- 4) **La réalisation d'un stage dans le champ de la Communication et du Marketing** (Optionnel) : Entreprises et institutions : Services marketing, communication et/ou publicité - Cabinets et Agences de marketing, de communication et de publicité - Cabinets d'études et de conseil - Instituts de sondages d'opinion et d'enquêtes - Cabinets de conseil et d'intervention psychosociologique - Organismes de Recherche Publics ou Privés

## Compétences visées

Connaissance du milieu professionnel de la Communication et du Marketing (Métiers, Missions, débouchés) - Introduction aux théories et méthodes de la Psychologie du Consommateur - Conception et mise en oeuvre des différentes étapes d'une enquête d'opinion, d'image ou de marché - Initiation à l'élaboration de recommandations stratégiques pour les campagnes de communication et les actions marketing.

### Lectures recommandées :

- ✓ Bagozzi, R.P., Gurhan-Gali, Z. & Priester, J.R. (2010). *The Social Psychology of Consumer Behaviour*. Philadelphia : Open University Press.
- ✓ Michel, G. (2009). *Au coeur de la marque*. Paris : Dunod.
- ✓ Verette, E (2006). *Techniques d'études de marché*. Paris : Dunod