

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 9634**

Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible (La certification existe désormais sous une autre forme (voir cadre "pour plus d'information"))

MASTER : MASTER Sciences humaines et sociales - mention: psychologie - spécialité: psychologie sociale de la communication et du marketing.

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université de Provence (Marseille) Aix-Marseille I, Ministère chargé de l'enseignement supérieur	Président de l'université d'Aix-Marseille I, Recteur de l'académie

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1967)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

124 Psychologie, 320p Organisation et gestion : Organisation et gestion des campagnes de relations publiques et de communication, 321n

Conception : Définition des politiques journalistiques, conception des stratégies et campagnes publicitaires

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

- 1- Concevoir et mettre en place les différentes étapes d'une enquête d'opinion et d'une étude qualitative et/ou quantitative
Réaliser des entretiens individuels et en focus group
Elaborer un questionnaire
Analyser et modéliser les données qualitatives et /ou quantitatives recueillies
Assurer le suivi de l'étude sur le terrain
Rédiger et présenter un rapport de résultats
Etablir des recommandations stratégiques
 - 2- Concevoir et mettre en œuvre des campagnes de communication
Développer les moyens, actions et réseaux de communication visant à faciliter les relations de l'entreprise avec son environnement.
Gérer, organiser et coordonner les stratégies de communication des entreprises ou institutions pour assurer la promotion de son identité et de son image auprès du public (consommateurs et usagers), des partenaires et du personnel.
 - 3- Participer à la définition et la mise en œuvre des stratégies marketing de l'entreprise
Réaliser des études de marché permettant de définir les attentes, besoins et motivations des consommateurs,
Identifier les déterminants psychologiques et sociologiques du comportement des consommateurs, les freins et les leviers des comportements d'achat
Collaborer à la conception des plans d'action marketing (analyse de la segmentation de l'offre et de la demande ; définition des cibles, recueil et analyse des images de marque, mesure du capital-marque, analyse du positionnement stratégique des produits, des services et des marques ; assurer la cohérence entre la forme et le contenu des actions de communication et les objectifs poursuivis).
- L'ensemble des activités s'appuie sur la base commune des capacités et connaissances attestées suivantes :**
- Maîtriser les connaissances théoriques, méthodologiques et appliquées spécifiques aux domaines de la psychologie du consommateur et de la communication :
- Maîtriser les modèles utilisés dans le champ de la psychologie du consommateur (image de marque, capital-marque, personnalité de la marque, attachement à la marque, représentations sociales) et de la communication (communication engageante, influence sociale, persuasion et traitement motivé des informations ; émotions, cognitions et motivations).
- Maîtriser les méthodologies d'entretien individuel et de groupe ; enquête, expérimentation, recherche-action, démarche d'ingénierie psychosociale.
- Maîtriser les méthodes d'analyses de données qualitatives et quantitatives (Analyse de contenu ; Analyse de variance ; Analyses de médiation et de modération ; Analyses multidimensionnelles ; Modèle d'équation structurale).
- Connaître et mettre en œuvre les techniques d'animation de groupe et de conduite de réunion
- Pratiquer l'anglais au niveau B2 du cadre européen commun de référence en langues
- Respecter le code de déontologie

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

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,
Organismes de Recherche Publics ou Privés, Universités.
Chargé d'études marketing, Chargé d'analyse et de développement marketing ; Chargé de marque, de marché ou de produit ;
Chargé d'enquêtes d'opinion, Chargé d'études qualitatives et/ou quantitatives,
Chargé de communication ; Consultant en communication / marketing
Psychologue conseil, spécialité : psychologie du consommateur et de la communication ;
Métiers de la recherche appliquée et de la recherche (notamment chercheurs et enseignants-chercheurs)

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

M1404 : Management et gestion d'enquêtes
 E1103 : Communication
 E1401 : Développement et promotion publicitaire
 K2401 : Recherche en sciences de l'homme et de la société

Réglementation d'activités :

Titre de psychologue

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Semestre 1 :

UE1 : Théories et Concepts (9 ECTS)

UE2 : Théories et Concepts 2 (6 ECTS)

UE3 : Méthodologie 1 (6 ECTS)

UE4 : Théories et Concepts optionnels (6 ECTS)

UE5 : Ethique et Anglais (3 ECTS)

Semestre 2 :

UE6 : Mémoire de Recherche et Séminaire (18 ECTS)

UE7 : Méthodologie 2 (6 ECTS)

UE8 : Stage et techniques professionnelles (6 ECTS)

Semestre 3 :

UE8 : Problématiques de terrain : Marketing et Communication (12 ECTS)

UE9 : Méthodologie 3 (12 ECTS)

UE10 : Déontologie et insertion professionnelle (6 ECTS)

Semestre 4 :

UE11 : Stage professionnel et mémoire de recherche (24 ECTS)

UE12 : Pratiques professionnelles (6 ECTS)

Epreuves théoriques et pratiques et stage professionnel obligatoire (d'une durée au moins égale à 450 heures) supervisé par un psychologue diplômé

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION OUINON		COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n°84-52 du 26/01/1984 modifiée sur l'enseignement supérieur) 50% enseignants-chercheurs en psychologie et 50% professionnels psychologues
En contrat d'apprentissage	X	idem
Après un parcours de formation continue	X	Enseignants-chercheurs en psychologie et professionnels psychologues
En contrat de professionnalisation	X	Non
Par candidature individuelle	X	.
Par expérience dispositif VAE	X	oui idem

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS	ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX
------------------------------------	-------------------------------------

Base légale

Référence du décret général :

Arrêté du 25 avril 2002 publié au JO du 27 avril 2002

Arrêté du 18 juin 2009 relatif aux habilitations de l'université de Provence

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 18 juin 2009 relatif aux habilitations de l'université de Provence

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Habilitation n° 20081043

Loi 85-772, Décret 90-255 liste de diplômes permettant de faire usage du titre de psychologue,

Arrêté 19 mai 2006 relatif à la validation du stage

Pour plus d'informations

Statistiques :

Environ une quinzaine de certifications par an

Autres sources d'information :

[Université d'Aix-Marseille I](#)

Lieu(x) de certification :

Université de Provence (Marseille) Aix-Marseille I : Provence-Alpes-Côte d'Azur - Bouches-du-Rhône (13) [Marseille Saint-Charles]

Ministère chargé de l'enseignement supérieur : Île-de-France - Paris (75) [PARIS]

Université de Provence – 3 place Victor Hugo 13331 Marseille cedex 03

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

Aix en Provence - site Schuman

Historique de la certification :

Fiche remplacée par la fiche nationale n°32277