

## 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-rechercheurs)

### 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](#)