

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

RNCP9634 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	321n, 320p, 124
Code(s) ROME	M1705, M1404, E1103, E1401, K2401
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

Ministère chargé de l'enseignement supérieur

Université de Provence (Marseille) Aix-Marseille I

<http://www.univ-provence.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

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).

COMPÉTENCES ATTESTÉES

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

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

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.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

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)

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Titre de psychologue

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 772 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) N1X91 — Chercheurs (sauf industrie et enseignement supérieur) · tension 2/5 (Faible) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	20 967
Jugés difficiles à recruter	27 %

Emplois saisonniers 11 %

Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs N1X91 — Chercheurs (sauf industrie et enseignement supérieur) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication
--	---

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

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

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

Enseignants-chercheurs en psychologie et professionnels psychologues

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

idem

COMPOSITION DU JURY — CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Non

COMPOSITION DU JURY — CANDIDATURE INDIVIDUELLE

.

COMPOSITION DU JURY — VAE

oui idem

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Université d'Aix-Marseille I

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/9634/>