

- Sciences humaines et sociales psychologie appliquée

Fucks Nathalie

Objectifs

Au terme du cours de **PSYCHOLOGIE APPLIQUEE**, l'étudiant est capable de :

- Démontrer sa connaissance des concepts, théories et expériences expliquées au cours.
- Appliquer ses concepts à des situations semblables à celles vues au cours
- Mobiliser, sur base d'une situation concrète, ses connaissances en psychologie pour analyser et/ou créer une publicité.

Contenu

1. Les biais cognitifs
2. Le modèle persuasif
3. De la réception à l'influence de la publicité
4. Les facteurs d'influence
5. Le comportement d'achat
6. L'influence de l'Homme sur la Com'
7. Psychologie et procédés publicitaires

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Deux méthodes sont privilégiées: l'inductive et la déductive.

Les cours magistraux sollicitent constamment la réflexion de l'étudiant pour établir les liens avec la création publicitaire, la cible, etc...

L'analyse de publicités exploite la réflexion initiale de l'étudiant pour déboucher sur des concepts de psychologie

Mode d'évaluation pratiqué

Mai 2020

Evaluation à distance via Teams.

Elle se compose de:

vrai/Faux

QCM

Questions ouvertes (exercices d'analyses, similaires à ceux proposés en séances)

La matière sur les biais cognitifs est supprimée.

Janvier

L'évaluation porte sur la réflexion de l'étudiant. Une analyse de cas est proposée et l'étudiant doit faire appel aux concepts fondamentaux pour argumenter son discours.

Support de cours

Support de cours : vous pouvez vérifier si un support de cours est requis pour ce cours sur MyIntranet > mes études > mes cours