

Influence, persuasion et consommation

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences psychologiques, sciences de l'éducation
- > Code ELP : 4P7PSIFP

Présentation

Dans ce cours, nous passerons en revue les principaux modèles liés à la persuasion et leurs applications (publicité, prévention, politique...). Nous nous intéresserons également à différentes influences liées au contexte (conscientes ou non), qui peuvent venir impacter notre jugement ou notre comportement, notamment dans le cadre de la consommation.

Objectifs

Connaitre les leviers psychologiques associés à la persuasion ; être conscient des influences liées au contexte.

Évaluation

Examen standard : Rendus de travaux collectifs et individuels en TD ; Examen dérogatoire et Session 2 : épreuve écrite (2h).

Bibliographie

Corneille, O. (2010). Nos préférences sous influence : déterminants psychologiques de nos préférences et choix. Wavre : Mardaga ; Girandola, F. & Joule, R.-V. (2013). Attitude, changement d'attitude et comportement. Traité de psychologie sociale. La science des interactions humaines, 221-248. Louvain la Neuve: De Boeck

Contact(s)

- > Jean baptiste Legal
Responsable pédagogique
jlegal@parisnanterre.fr