

LA FORMATION PERMANENTE EN SCIENCES HUMAINES

SEMINAIRES DE ROGER MUCCHIELLI

à l'usage
des psychologues
des animateurs
et des responsables

**PSYCHOLOGIE
DE LA PUBLICITE
ET DE
LA PROPAGANDE**



CONNAISSANCE DU PROBLEME
VOIR AU VERSO APPLICATIONS PRATIQUES

ENTREPRISE MODERNE D'EDITION
LIBRAIRIES TECHNIQUES
LES EDITIONS ESF

Table des matières

PSGA

PSYCHOLOGIE DE LA
PUBLICITÉ ET DE LA PROPAGANDE

CONNAISSANCE DU PROBLÈME

I4845 $\frac{2}{2}$



PSYCHOLOGIE COMPARÉE DE LA PUBLICITÉ ET DE LA PROPAGANDE

Table des matières

INTRODUCTION	4
EXPOSÉ 1 : PSYCHOLOGIE COMPARÉE DE LA PUBLICITÉ ET DE LA PROPAGANDE	5
• CHAP. 1. Les développements modernes de la publicité et de la propagande	5
CHAP. 2. Société de consommation et société d'asservissement des esprits	11
CHAP. 3. La recherche des déterminants du comportement humain	14
• CHAP. 4. Ressemblances et différences entre publicité et propagande	25
EXPOSÉ 2 : LA PUBLICITÉ COMMERCIALE	31
CHAP. 1. Les moyens psychologiques intuitifs	32
CHAP. 2. L'organisation méthodique de la publicité	38
CHAP. 3. Le langage de la publicité	48
CHAP. 4. L'organisation de la campagne publicitaire	50
EXPOSÉ 3 : LES RELATIONS PUBLIQUES	60
CHAP. 1. « Public relations », publicité et propagande	60
CHAP. 2. Les techniques des public relations	63
CHAP. 3. Relations publiques et promotion des ventes	67
CHAP. 4. Les relations publiques de l'Etat et des organismes d'Etat	69
EXPOSÉ 4 : PSYCHOLOGIE DES PROPAGANDES POLI- TIQUES	72
CHAP. 1. La propagande d'endoctrinement, d'expansion et de recrutement	73
CHAP. 2. La propagande d'agitation	83
CHAP. 3. La propagande d'intégration	85
CHAP. 4. La subversion	92
CONCLUSION GÉNÉRALE	103
Bibliographie sommaire de langue française	104

LA FORMATION PERMANENTE EN SCIENCES HUMAINES

SEMINAIRES DE ROGER MUCCHIELLI

à l'usage
des psychologues
des animateurs
et des responsables

**PSYCHOLOGIE
DE LA PUBLICITE
ET DE
LA PROPAGANDE**



APPLICATIONS PRATIQUES
VOIR AU VERSO CONNAISSANCE DU PROBLEME

ENTREPRISE MODERNE D'EDITION
LIBRAIRIES TECHNIQUES
LES EDITIONS ESF

DANS LA MÊME COLLECTION

TABLE DES MATIÈRES

PS 61 (12)

PSYCHOLOGIE DE LA PUBLICITÉ ET DE LA PROPAGANDE

APPLICATIONS PRATIQUES

CENTRE UNIVERSITAIRE
BIBLIOTHÈQUE UNIVERSITAIRE

TABLE DES EXERCICES PRATIQUES

Page 4	Exercice 1. — Ernest DICHTER contre Vance PAC-KARD.
Page 8	Exercice 2. — Analyse psychologique de quelques échecs publicitaires et commerciaux.
Page 12	Exercice 3. — Recherche de motivations. Première partie : la personnalité des objets. Deuxième partie : recherche de motivations.
Page 17	Exercice 4. — Deux batailles publicitaires (Etude de cas). A. La bataille des lessives. B. La bataille des marques d'essence.
Page 22	Exercice 5. — Les leaders d'opinion. Première partie : Expérience de diffusion d'un produit nouveau. Deuxième partie : Recherche des prescripteurs et des leaders d'opinion.
Page 27	Exercice 6. — L'information tendancieuse. Une étude de cas.
Page 32	Exercice 7. — La campagne de haine dans la propagande d'intégration. Première partie : exercice individuel ou T.P. de groupe en auto-organisation. Deuxième partie : exercice individuel ou par groupes en session.
Page 35	CORRIGES.