

CAS en marketing social et nudges (MSN)



- De janvier à décembre 2025
(le vendredi, toutes les 3 semaines environ)

CAS en marketing social et nudges (MSN)

● La formation

Cette formation permet de maîtriser l'approche du marketing social et les techniques de nudging pour influencer positivement les comportements et développer des campagnes de sensibilisation plus efficaces dans tout type de domaine (p. ex. santé, environnement, sécurité, social, conformité aux règles, etc.) Les participant-e-s apprendront à segmenter et cibler leur audience en prenant en compte les différents besoins identifiés. La formation offre une boîte à outils pour changer les comportements et propose des cadres concrets de prise de décisions pour les questions légales et éthiques qui y sont inhérentes. Aussi, elle renforce la capacité des professionnel-le-s à mesurer et analyser l'impact de leurs actions, un élément crucial pour l'amélioration continue des programmes. Enfin, elle favorise une approche holistique et interdisciplinaire (marketing, économie comportementale, psychologie sociale), essentielle face à la complexité des défis associés aux changements de comportements.

Cette formation intègre les dernières avancées des sciences comportementales et les traduit en applications et outils concrets pour créer des interventions de changement de comportements efficaces.

Le nouveau CAS-MSN se base sur les 10 années de succès de la formation courte en marketing social de l'Université de Neuchâtel et l'étend pour en faire une formation complète et certifiante.

● Objectifs

Grâce à une combinaison de théorie et mise en pratique (mises en situation, travail sur un projet personnel, ateliers, etc.), la formation permettra aux participant-e-s de développer de nouvelles compétences en matière de mise en place et d'évaluation d'interventions en vue de changer les comportements de leur audience. A la fin de la formation, les participant-e-s pourront :

- **Planification :** Créer un plan stratégique de marketing social qui va au-delà des campagnes de communication ou de sensibilisation, en utilisant les outils appropriés fondés sur des données probantes et sur les théories pertinentes pour encourager les comportements souhaités.
- **Méthodes :** Mettre en œuvre l'approche du marketing social et du nudging, incluant les recherches sur l'audience et l'application de méthodes participatives telle que le design thinking, les méthodes de négociations avec les partenaires ainsi que les méthodes de pré-test, de monitoring et d'évaluation d'intervention.
- **Segmentation et compréhension de l'audience :** Segmenter l'audience, puis sélectionner les segments appropriés et les comprendre en profondeur afin de pouvoir développer et optimiser l'intervention en fonction des différents besoins et désirs identifiés.
- **Techniques de changement de comportement :** Comprendre, sélectionner et appliquer, selon leur pertinence et leur efficacité, les techniques de changement de comportement issues des sciences comportementales et sociales (marketing, psychologie, neuroscience, économie).
- **Cadre de réflexion :** Comprendre le cadre légal et réfléchir de manière critique et systématique à l'éthique des approches comportementales et adapter son intervention en conséquence.

● Public cible

- Responsables de programme ou de projet visant le changement de comportement d'une audience (citoyen-ne-s, employé-e-s, client-e-s, etc.), notamment dans les domaines de la santé, de l'environnement, du social, de la sécurité, de l'événementiel, du fundraising ou du développement.
- Consultants, spécialistes et responsables de communication ou marketing
- Personnel du département RH ou de la communication interne des entreprises
- Cadres et consultants visant des changements de comportements au sein des employé-e-s et des client-e-s.

● Prérequis

Master ou Bachelor d'une haute école suisse ou titre jugé équivalent.

Les personnes bénéficiant d'une formation professionnelle adéquate et d'une expérience professionnelle d'au moins cinq années dans le domaine d'études peuvent être admises sur dossier.

● Titre délivré

Certificate of Advanced Studies (CAS) en marketing social et nudges assorti de 12 crédits ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System)

● Dates et lieu

De janvier à décembre 2025, les vendredis : 10.1 ; 31.1 ; 14.2 ; 14.3 ; 28.3 ; 11.4 ; 9.5 ; 23.5 ; 13.6 ; 22.8 ; 12.9 ; 3.10 ; 31.10 ; 21.11 ; 12.12

● Inscription

En ligne : <https://go.unine.ch/cas-msn>

Par email : cas.msn@unine.ch

Par courrier

Le nombre des places est limité. La direction du programme peut inviter les personnes candidates à un entretien, afin d'évaluer leur expérience et leur motivation, en assurant l'équité de traitement entre elles.

● Finance d'inscription

CHF 6'400.-

● Délai d'inscription

30 novembre 2024.

● Informations

Information administrative

Sara Wenger
Collaboratrice administrative
sara.wenger@unine.ch
032 718 13 60

Information sur le contenu du cours

Valéry Bezençon
Professeur de marketing, directeur du cours
valery.bezencon@unine.ch
032 718 13 67