

Le marketing social : une approche pour changer les comportements

Cours de formation continue universitaire, 9, 10 et 16 mai 2019



Le marketing social : une approche pour changer les comportements

La formation

Le marketing social est une approche pour changer les comportements d'une audience. De manière plus spécifique, il utilise le marketing en vue de changer les comportements de manière bénéfique à l'individu et à la société. Il cherche donc à contribuer à la résolution de problèmes de société.

Depuis de nombreuses années, les organisations publiques ou privées communiquent avec leurs employés et les citoyens en vue de les informer en matière par exemple de santé (manger équilibré, prévention de transmission de maladies, prévention du tabagisme, etc.), de prévention des accidents (port du casque, alcool au volant, etc.), ou d'environnement (économiser l'énergie, recycler ses déchets, utiliser les transports publics, etc.). La recherche et la pratique montrent cependant que la communication seule ne suffit souvent pas à changer les comportements. Cette formation introductive montrera comment le marketing social stratégique peut contribuer au moyen d'une intégration cohérente de différents outils (ex : communication, économie comportementale, psychologie sociale) à changer les comportements des individus en renforçant la robustesse et l'efficacité des interventions. De nombreux exemples francophones et anglophones d'intervention de marketing social seront présentés afin d'illustrer l'approche. Des travaux de groupe permettront de favoriser l'intégration de l'approche et sa mise en pratique.

Objectifs

- Connaître le marketing social et ses méthodes
- Développer une stratégie de marketing social et planifier sa mise en œuvre
- Comprendre les théories pertinentes du changement de comportement
- Mettre en pratique les concepts présentés

Public cible

- Responsables de programme ou de projet visant le changement de comportement d'une audience typiquement dans l'un des domaines suivants : santé, environnement et énergie, sport, prévention des accidents, autres actions sociales
- Spécialistes et responsables de communication
- Personnel du département RH ou de la communication interne des entreprises

Prérequis*

Diplôme d'une haute école suisse ou un titre jugé équivalent. Des connaissances préalables en marketing ne sont pas requises.

* En vue d'optimiser le climat d'apprentissage, des critères liés à la structure du groupe peuvent également s'appliquer.

Titre délivré

Attestation de participation.

Dates et lieu

9, 10 et 16 mai 2019 de 9h à 17h15 à l'Université de Neuchâtel.

Inscription

En ligne sur : www.unine.ch/marketing-social

Merci de remplir le formulaire d'inscription et de joindre votre CV.

Le délai d'inscription est fixé au **28 avril 2019**.

Le nombre de participant-e-s est limité. Les inscriptions sont acceptées selon l'ordre d'arrivée.

Finance d'inscription

CHF 1'200.- incluant les lunches, les pauses café et le matériel imprimé.

Informations

Information administrative

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

Formateur et responsable académique

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