

Formateur-rice-s	COURS	PERIODES
	Module: approche et design d'intervention	
Bezençon, V.	Marketing social, nudges et techniques de changement de comportement	
	Introduction au marketing social	6
	Techniques de changement de comportement	12
	Architecture du choix et nudging	6
Chambraud, C. (Behavioural Insights Team)	Développer son intervention	11
	Module: comprendre son audience	
Kocher, B.	Méthodes de recherche	7
Holzer, A.	Design thinking et méthodes participatives*	4
Hamdaoui, K.	Atelier Segmenter son audience	6
Falomir, JM	Déterminants psychosociaux des comportements	5
Bezençon, V.	Atelier Cartographie du parcours usager*	3
	Module: implémentation et évaluation	
Kocher, B.	Communiquer avec son audience	6
Korkmaz, A.	Négocier avec les partenaires*	6
Chevarie-Cossette, SP.	L'éthiques des approches comportementales	3
Levy, M.	Le cadre légal des approches comportementales	4
Marti, J. / Bezençon, V.	Evaluer son intervention	6
	Module: Mise en application	
Praticien-ne-s divers-e-s	Présentation d'interventions concrètes	6
Bezençon, V.	Ateliers de développement de son intervention	7
Bezençon, V.	Présentation de son intervention	9
	Total	107
	* Cours potentiellement optionnels / substituables	