

CAS en marketing social et nudges (MSN)



- 15 vendredis de janvier à novembre 2026

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.)

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.

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.

Points forts de la formation :

- Apprenez à utiliser des **stratégies innovantes** pour influencer positivement les comportements et atteindre vos objectifs de manière éthique et efficace.
- Bénéficiez de l'**expérience** acquise grâce à plus de 10 années de formations à succès à destination des professionnel-le-s sur la thématique du changement de comportement.
- Échangez avec des professionnel-le-s de divers secteurs et **élargissez votre réseau** pour de futures collaborations enrichissantes, dans un cadre convivial.
- Réalisez une intervention directement dans le cadre du CAS, avec des **résultats directement applicables**.

● Objectifs

A la fin de la formation, grâce à une combinaison de théorie et mise en pratique, les participant-e-s pourront :

- **Planification** : Créer un plan stratégique de marketing social qui va au-delà des campagnes de communication ou de sensibilisation.
- **Méthodes** : Acquérir des compétences méthodologiques en matière de recherches sur l'audience, négociation, design thinking et réalisation de pré-tests, monitoring et évaluation d'intervention.
- **Segmentation et compréhension de l'audience** : Comprendre et segmenter son audience afin d'adapter l'intervention en fonction des différents besoins identifiés.
- **Techniques de changement de comportement** : Comprendre, sélectionner et appliquer les techniques de changement de comportement issues des sciences comportementales (marketing, psychologie, neuroscience, économie).
- **Cadre de réflexion** : Comprendre le cadre légal et réfléchir de manière critique 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 2026, les vendredis : 16.1 ; 30.1 ; 6.2 ; 13.2 ; 6.3 ; 27.3 ; 24.4 ; 8.5 ; 5.6 (en réserve) ; 26.6 ; 21.8 ; 11.9 ; 2.10 ; 30.10 ; 13.11 (en réserve) 27.11 (jeudi 25.6)

● 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 2025.

● 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