

Aperçu du contenu du CAS en marketing social et nudges
 Janvier à novembre 2026 (15 journées)

Formateurs	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
Behavioral 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 segmentation	6
Falomir, JM	Déterminants psychosociaux des comportements	6
Bezençon, V.	Atelier cartographie du parcours usager	3
Module: implémentation et évaluation		
Kocher, B.	Communiquer avec son audience	7
Korkmaz, A.	Négocier avec les partenaires	6
Chevarie-Cossette, S.-P.	L'éthiques des approches comportementales	3
Levy, M.	Le cadre légal des approches comportementales	4
Marti, J. / Bezençon, V.	Evaluer son intervention	7
Module: Mise en application		
Bezençon, V. / Hamdaoui, K.	Ateliers de développement de son intervention	9
Bezençon, V.	Présentation de son intervention	9
Total		106

Sous réserve de changements de programme.

Plus d'information sur : <https://go.unine.ch/cas-msn>