Leçon inaugurale

Le marketing : un outil adapté à la résolution de problèmes sociaux ?

Coca-cola et Pepsi ont amené des milliards de personnes à consommer des boissons au cola, notamment grâce au marketing. Cet exemple illustre la puissance du marketing dans l'initiation puis le maintien d'un comportement parmi les consommateurs.

L'utilisation des théories du marketing n'est cependant pas une exclusivité commerciale. Les pratiques sophistiquées en matière de compréhension des marchés et des consommateurs peuvent-elles être transposées en vue d'encourager les individus à arrêter ou réduire une activité qui leur est néfaste ou à initier un comportement bénéfique à la société ? Cet exposé présentera comment, en se basant sur les théories du changement de comportement, le marketing social peut contribuer à réduire des problèmes tels que la surcharge pondérale, le tabagisme ou la pollution de l'environnement.

Professeur
Valéry Bezençon

Chaire de marketing

La leçon inaugurale aura lieu
le **mercredi 5 novembre 2014** à 18h15
Aula du 1er-Mars 26

UNIVERSITÉ DE NEUCHÂTEL

FACULTÉ DES SCIENCES ÉCONOMIQUES