

Aperçu du contenu du CAS en marketing social et nudges
 Janvier à décembre 2025 (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	7
	Module: comprendre son audience	
Kocher, B.	Méthodes de recherche	7
Holzer, A.	Design thinking et méthodes participatives	4
Christen, M.	Segmenter son audience	6
Falomir, JM	Déterminants psychosociologiques des comportements	6
Murray, M.	Neurosciences et changement de comportement	3
	Module: implémentation et évaluation	
Kocher, B.	Communiquer avec son audience	7
Korkmaz, A.	Négocier avec les partenaires	6
Massin, O. / Chev.-Coss., SP.	L'éthiques des approches comportementales	4
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	8
Bezençon, V.	Présentation de son intervention	9
	Total	102

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