

- Faculté des sciences économiques
- [www.unine.ch/seco](http://www.unine.ch/seco)

### Le marketing social pour l'innovation sociale (5EN2031)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
<b>Master bilingue en droit</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	Voir ci-dessous	6
<b>Master en développement international des affaires</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	Voir ci-dessous	6
<b>Master en droit</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	Voir ci-dessous	6
<b>Master en journalisme et communication, orientation création de contenus et communication d'intérêt général</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	Voir ci-dessous	6
<b>Master in General Management</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	Voir ci-dessous	6
<b>Master of Arts en innovation, orientation Innovation et société</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	Voir ci-dessous	6
<b>Master of Law en innovation</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	Voir ci-dessous	6
<b>Master of Science en innovation</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	Voir ci-dessous	6

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

#### Période d'enseignement:

- Semestre Printemps

#### Equipe enseignante

Professeur : Valery Bezençon, [valery.bezencon@unine.ch](mailto:valery.bezencon@unine.ch)

Assistant-e-s : Ludivine Epiney ([ludivine.epiney@unine.ch](mailto:ludivine.epiney@unine.ch)) et Roman Gampert ([roman.gampert@unine.ch](mailto:roman.gampert@unine.ch))

#### Contenu

Ce cours se focalise sur l'approche du marketing social, à savoir une approche pour changer les comportements d'une audience au bénéfice de la société et de l'individu. Il explique également en quoi le marketing social constitue une approche instrumentale à l'innovation sociale. Les besoins de changement au sein de la société sont nombreux. Comment stimuler le changement en réponse au changement climatique, aux discriminations, à la croissance de l'obésité ou encore à l'émergence de comportements problématiques en lien avec les réseaux sociaux ? Le marketing social offre une approche pour stimuler et accompagner ce changement.

Le contenu amènera les étudiants à comprendre et savoir utiliser les théories du changement de comportement et du marketing pour aborder et contribuer à la résolution de problèmes sociaux ou à la réalisation d'une innovation sociale. Le cours forme également les étudiants à analyser et discuter des travaux de recherche, ainsi qu'à planifier des interventions de marketing social. Finalement, il contribue à améliorer les compétences des étudiants en matière de communication, de persuasion et de travail en équipe.

Le cours aborde les sujets suivants:

- La définition du marketing social, de l'innovation sociale et la description de leur relation.
- Le processus de planification d'une intervention de marketing social et ses différentes composantes.
- La compréhension et la segmentation de l'audience dans un but non commercial
- Les techniques de changement de comportement basées sur la psychologie sociale, l'économie comportementale et le marketing (p.ex. : l'influence sociale, le nudging, le changement d'habitudes)
- Le monitoring et l'évaluation d'une intervention
- Des outils et méthodes tels que :
  - o Les bonnes pratiques et l'éthique dans la collecte de données
  - o La présentation efficace de son rapport d'intervention

#### Forme de l'évaluation

- Test (open book) : 35 points
- Travail de groupe: 65 points répartis ainsi :
  - o Présentation article : 10 points
  - o Rapport : 35 points
  - o Questionnaire de collecte de données : 5 points
  - o Présentation vidéo : 15 points

- Faculté des sciences économiques
- [www.unine.ch/seco](http://www.unine.ch/seco)

## **Le marketing social pour l'innovation sociale (5EN2031)**

- Papiers de synthèse : bonus de 5 points

Note : Total de points divisé par 20 + 1 et arrondi à .5 (max 6)

Le test portera sur l'entier de la matière, incluant les lectures, les slides, les discussions en classe, les études de cas, la matière présentée par les intervenants, etc. (mais pas sur les lectures facultatives).

En cas d'échec, les étudiants passeront un examen écrit de rattrapage de 120 minutes en session. Pour passer l'examen de rattrapage, un rapport de projet devra avoir préalablement été remis. Si les points obtenus par le rapport de projet et le bonus de participation en classe ont déjà été pris en compte lors d'une évaluation précédente, l'examen de rattrapage comptera pour 100% de la note. Dans le cas contraire, l'allocation des points mentionnée ci-dessus sera appliquée pour obtenir la note finale (l'examen de rattrapage comptant pour 35 points). L'examen de rattrapage porte toujours sur l'ensemble des discussions, articles, cas et matériel discuté en classe.

Important : Toutes les notes et la documentation du cours sont admises à l'examen.

### **Documentation**

Les articles à lire, des outils pour le projet, ainsi que les études de cas seront mis en ligne sur Moodle. Des livres complémentaires seront également suggérés comme lectures facultatives.

### **Pré-requis**

Aucun

### **Forme de l'enseignement**

La forme de l'enseignement est participative et multiple. Les activités incluent principalement:

- Présentations théoriques (en classe)
- Lectures d'articles scientifiques (hors classe)
- Etudes de cas et discussions (en classe, à préparer hors classe)
- Projets de mise en application par groupes incluant :
  - o Ateliers et coaching
  - o Travail de terrain, de réflexion, d'analyse et de rédaction
  - o Présentations

### **Objectifs d'apprentissage**

Au terme de la formation l'étudiant-e doit être capable de :

- Définir le marketing social, ses objectifs et ses avantages
- Distinguer l'approche marketing social de l'innovation sociale
- Expliquer et discuter les concepts principaux et théories mobilisés par le marketing social
- Critiquer l'approche marketing social et pouvoir la justifier
- Discuter et utiliser des articles scientifiques liés au marketing social et au changement de comportement en général
- Sélectionner les approches efficaces de changement de comportement en fonction de la situation
- Conceptualiser et planifier une intervention de marketing social

### **Compétences transférables**

- Travailler en équipe efficacement
- Créer des vidéos divertissantes et informatives
- Communiquer un plan d'intervention et sa justification de manière persuasive