



+...

Marketing social. De la compréhension des publics au changement de comportement / GALLOPEL-MORVAN Karine, NGUYEN THANH Viêt, ARWIDSON Pierre, ET AL.

PRESSES DE L'ÉCOLE DES HAUTES ÉTUDES EN SANTÉ PUBLIQUE, mai 2023, 206 p.

Cote : 614/GAL

Type : Ouvrage.

Mots clés : CHANGEMENT DE COMPORTEMENT - CHANGEMENT - COMPORTEMENT - MARKETING - ORGANISATION NON GOUVERNEMENTALE - ORGANISATION DES NATIONS UNIES - CAMPAGNE D'EDUCATION POUR LA SANTE - PROMOTION DE LA SANTE - PROGRAMME D'EDUCATION POUR LA SANTE - TECHNIQUE - METHODOLOGIE - ASPECT SOCIAL - IMPACT - ACTEUR DE TERRAIN - CAMPAGNE DE PREVENTION - COMMUNICATION - TECHNIQUES D'ANIMATION - ÉTUDE DE MARCHÉ - STRATEGIE - OUTIL - PUBLICITE - MEDIA - EVALUATION - ETHIQUE

Le marketing social a pour but de faire évoluer les comportements des individus dans différents domaines: promotion de la santé (tabagisme, obésité, ...), protection de l'environnement, sécurité routière, violence familiale, droits de la personne, racisme, etc. Cette discipline est aujourd'hui utilisée par des organismes internationaux prestigieux tels que l'ONU ou encore Santé publique France. Pour répondre aux besoins des acteurs de terrain, cet ouvrage pratique et pédagogique, illustré par des exemples concrets de campagnes et de projets menés par Santé publique France, propose de présenter le marketing social et d'en faire découvrir les techniques, permettant ainsi d'améliorer l'impact des programmes de prévention sur la population. Ce livre s'adresse à tous ceux qui veulent en savoir plus sur le marketing social : acteurs de terrain, chargé-e-s de prévention et de communication, mais aussi décideurs-ses et partenaires, enseignant-e-s, chercheurs-ses et étudiant-e-s en santé, marketing et communication. (note de l'éditeur)