Promotion de la santé et marketing social

RAISONNEMENT CLINIQUE

Ref : ORGGN08A

Compétences visées

Modéliser et valoriser les actions de promotion santé.

Objectifs et contenus

Comprendre et s'approprier la promotion de la santé : ce qu'elle est et ce qu'elle n'est pas

- La charte d'Ottawa, la charte de Bangkok.
- Les déterminants de santé.
- Les inégalités sociales de santé.

Identifier les approches transversales des méthodes en santé publique

- La prévention.
- L'éducation thérapeutique.
- La promotion de la santé.
- La recherche et l'analyse des données sociales, sanitaires, environnementales.
- L'intérêt des diagnostics nationaux et territoriaux de santé.
- Les filières.

Considérer les tendances du changement

- Les changements de comportements chez l'individu.
- Le changement communautaire.
- Le changement organisationnel.
- Le développement des politiques publiques favorisant la santé.

Modéliser un programme de promotion de la santé par le marketing social

- Le marketing social et la santé.
- Le contexte stratégique.
- Le diagnostic externe et interne.
- La stratégie de communication, l'adaptation des niveaux de communication aux sensibilités existantes.
- Le plan marketing social et sanitaire.
- Le parcours des usagers de la santé, du médicosocial et du social.
- Les parcours de vie et la promotion de la santé.
- La proposition de valeur : amélioration de la qualité de vie.

Déployer les programmes

- La concertation et le partenariat.
- Les réseaux.
- La participation communautaire.
- L'évaluation des programmes de promotion de la santé.
- Le plan d'actions et les modalités de suivi.
- La coopération dans le travail.

Méthodes

- Apports théoriques et méthodologiques.
- Analyse de situation.
- Mise en pratique.

Personnes concernées

Tout professionnel de santé impliqué dans des démarche promotion de la santé.

Valeur ajoutée

Cette formation s'adresse à des cadres, des coordonnateurs mais aussi à tout professionnel investi dans le travail préventif afin d'élargir leurs modalités d'intervention et d'améliorer l'impact à long terme de leur démarche. À ce titre, elle repose sur un parti pris d'innovation de créativité et de lecture systémique, sociologique et éthique.

Pré-requis

Aucun

Dispositif d'évaluation

L'ÉVALUATION SERA RÉALISÉE À L'AIDE DES CRITÈRES SUIVANTS :

- Les attentes des participants seront recueillies par le formateur lors du lancement de la formation et confrontées aux objectifs de formation.
- Les acquis / les connaissances seront évalués en début et en fin de formation par l'intermédiaire d'un outil proposé par le formateur (quiz de connaissances, questionnaire, exercice de reformulation, mise en situation…).
- La satisfaction des participants à l'issue de la formation sera évaluée lors d'un tour de table, le cas échéant en présence du commanditaire de la formation, et à l'aide d'un questionnaire individuel « à chaud » portant sur l'atteinte des objectifs, le programme de formation, les méthodes d'animation et la qualité globale de l'intervention.
- A distance de la formation : il appartiendra aux stagiaires d'analyser les effets de la formation sur les pratiques individuelles et collectives de travail , notamment lors de leur entretien professionnel. Des outils pourront être suggérés pendant la formation (plans d'action, préfiguration d'un plan d'amélioration des pratiques individuelles et collectives, grille de suivi personnalisé de mesure d'impact…).

À noter

Cette formation s'appuie sur les recommandations et référentiels suivants

- Charte d'Ottawa.
- Projet de la stratégie nationale de Santé 2023-2033.
- Loi n°2002-303 du 4 mars 2002 relative aux droits des malades et à la qualité du système de santé.

Mise à jour le : **10/03/2025**