

INSTITUT FRANCILIEN D'INGENIERIE DES SERVICES

25 étudiants

DOMAINE

Sciences Humaines et Sociales

Formation disponible en :

FORMATION CONTINUE

VAE

APPRENTISSAGE

FORMATION INITIALE

• Modalités de candidature :

Candidatures en ligne sur : <https://candidatures.u-pem.fr/>

• Lieux de formation :

Campus du Val d'Europe – IFIS - Bâtiment Érasme – 6/8 cours
du Danube – 77700 SERRIS

• Contacts :

Responsable de formation : DESMOULINS Lucile

Secrétariat : VASSEUR Aurélie

Bâtiment : Erasme

Bureau : 110

Téléphone : 01 60 95 78 24

Fax : NC

Courriel : aurelie.vasseur@u-pem.fr

Secrétariat (IFIS) : DEWES Gwenaëlle (Bureau d'accueil et
d'information des étudiants)

Bâtiment : Erasme

Bureau : 111

Téléphone : 01 60 95 78 14

Fax : NC

Courriel : contactifs@u-pem.fr

• Calendrier :

Les étudiants ont cours un jour par semaine toute l'année et 4
semaines intensives de cours dans l'année.

Pour candidater : [HTTPS://CANDIDATURES.U-PEM.FR/](https://candidatures.u-pem.fr/)

Plus d'informations :

Service Information, Orientation et Insertion professionnelle
(SIO-IP) : sio@u-pem.fr / 01 60 95 76 76

www.u-pem.fr/formations/750

MASTER INTELLIGENCE ECONOMIQUE

INFLUENCE, LOBBYING ET MEDIAS SOCIAUX

MASTER M2

POUR Y ACCÉDER

180 crédits obtenus. La formation s'adresse aux étudiants issus d'un BAC+3. Elle est ouverte aux étudiants titulaires d'un diplôme dans le champ des Sciences de l'information et de la communication, de l'Economie et de la Gestion, mais aussi aux profils atypiques (droit, sociologie, AES), ainsi qu'aux professionnels expérimentés désireux de faire évoluer leurs compétences. Les étudiants intègrent le Master 1 en tronc commun ou entrent directement en Master 2 ILM5.

COMPÉTENCES VISÉES

La formation a pour but de développer des compétences techniques, opérationnelles et stratégiques :

- capacité à mettre en œuvre une démarche d'analyse des processus de décision dans les entreprises, les ministères, les collectivités locales ;
- mettre en œuvre une méthode de veille et d'enquête ;
- trier, valoriser et transmettre l'information ;
- élaborer et valoriser une stratégie de communication et d'influence notamment via les médias sociaux ;
- organiser la prévention des risques en termes d'identité numérique et de réputation, savoir gérer les crises ;
- nourrir une réflexion éthique sur les métiers de l'influence.

APRÈS LA FORMATION

Après la formation, les débouchés sont variés : membre d'une cellule d'intelligence économique dans une entreprise ; responsable d'une cellule de veille des risques réputationnels ; influenceur, consultant en information / désinformation et stratégie de communication institutionnelle ou d'entreprise ; lobbyiste ; animateur de réseaux d'acteurs (fédérations, associations, syndicats) et de communautés (clubs, think tanks) ; chargé de communication externe, institutionnelle, numérique ; community manager, manager de communauté notamment sur les réseaux sociaux ; veilleur, enquêteur et analyste sur les réseaux sociaux ; consultant en affaires publiques et relations publiques.

LES + DE LA FORMATION

La situation au coeur du Campus urbain du Val d'Europe, dans un environnement d'innovations.

La pédagogie utilisée est mixte : cours théoriques, TD, études de cas et serious games.

Les projets tutorés sont responsabilisants et créatifs. Tous les étudiants (apprentissage, formation initiale ou continue) bénéficient d'un tutorat personnalisé : ateliers CV, mediatrainings, accompagnement dans la rédaction du mémoire.

ANNÉE 2, SEMESTRE 3.

UE 1 - Veille et information élaborée Sources informationnelles - Veilles : stratégies, outils, méthodes - Outils de production d'information élaborée - Outils collaboratifs et gestion des connaissances

UE 2 - Stratégies entre intelligence éco, lobbying et com - Argumentation, négociation, plaidoyer et art oratoire - Dynamiques informationnelles et attention - Conflits d'intérêt, déontologie, questions éthiques - Dispositifs d'IE, affrontement concurrentiel - Diplomatie intellectuelle et relations publiques

UE 3 - Influence - Pratiques émergentes pour le e-lobbying - Stratégies de communication numérique - Identité, image - Lobbying et contre-influence

UE 4 - Lobbying - Communication institutionnelle - Approche comparée des lobbyings nationaux et européens - Méthodes et pratiques anglo-saxonnes de lobbying - Veille, ingénierie sociale, réseaux - Sémiotique, communication visuelle et audiovisuelle

ANNÉE 2, SEMESTRE 4.

UE 5 - Etudes de cas pratiques - Cas pratique intensif de gestion de crise - Cas pratique sur l'année, gestion de la relation-client - Cas pratique sur l'année, livrable écrit et restitution

UE 6 - Initiation à la recherche - Méthodologies d'enquête quantitatives et qualitatives - Rédaction et soutenance d'un mini-mémoire ou d'un article

UE 7 - Intégration professionnelle et langues étrangères - Langue vivante étrangère - Stage long de 5 mois minimum ou apprentissage - Compte-rendu, bilan de compétences et soutenance