

## M2 Communication Organisationnelle

---

Titre du Cours : Veille de l'e-reputation et réseaux sociaux

Course Title:

Heures : 20H

Contact hours:

ECTS Credits : 3ECTS

---

➤ **PRÉREQUIS / PRE-REQUISITES**

/

➤ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS / LEARNING OBJECTIVES**

Faire de la veille de l'E-réputation consiste en une démarche de collecte et d'analyse de l'information sur les réseaux et média sociaux au regard des objectifs de communication poursuivis pour protéger l'image digitale d'une marque, d'un individu, d'une entreprise ou d'un état.

➤ **RESUME DU COURS / COURSE OVERVIEW**

L'E-Réputation est l'action de gérer la perception digitale d'une marque, d'un individu, d'une entreprise ou d'un état. Cette image digitale élaborée grâce à une politique d'E-Réputation, est un vecteur de l'influence. Les enjeux clés de la gestion de l'E-Réputation sont la défense de son image de marque, quand elle est critiquée, et la construction d'une identité numérique en phase avec ses objectifs d'influence.

Une stratégie de communication gagnante sur Internet implique d'exercer son influence sur ceux qui font l'opinion, pour gagner la confiance des tiers. La réputation numérique ne se décrète pas: elle se construit dans le regard des autres.

➤ **PLAN DE COURS /LISTE DES SUJETS ABORDES / TOPICS OF EACH SESSION**

Présentation de l'E-réputation - Processus de veille – Outils de recherche et veille de l'E-réputation – Buzz / Bad Buzz - Rôle du community manager – gestion d'une communauté de pratique ....

Mise en pratique au travers de nombreuses études de cas et mises en situations

➤ **ÉVALUATION (CONTRÔLE CONTINU) / GRADING (CONTINUOUS ASSESSMENT)**

Contrôle continu : Rendu de plusieurs fiches thématiques + Présentation orale (avec supports) d'une étude (ou plusieurs) plus approfondie(s).

➤ **RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES / REFERENCE MATERIALS**

- Tous les ouvrages disponibles sur l'E-réputation et les réseaux sociaux