

Descriptif d'enseignement / *Course descriptions*

Cycle Master 1 (4ème année) / 4th year

Semestre 2

Titre du cours - *Course title*

Analyse des médias et relations presse

Public relations

Type de cours : Séminaire

Langue du cours/Language of instruction : Français

Enseignant(s) – *Professor(s)*

Fabien Aufrechter

Consultant Havas Paris - Responsable Havas Blockchain

Contact : fabien.aufrechter@havas.com

Résumé du cours – Objectifs - *Course description – Targets*

Le cours vise à donner un aperçu opérationnel des relations publics en s'intéressant plus particulièrement aux techniques, vecteurs et moyens permettant aux entreprises d'adresser leurs cibles. Après une rapide définition des relations publics, le cours explicite les méthodes de travail des influenceurs (journalistes, YouTubeurs, analystes...) et la manière pour les entreprises d'interagir avec eux. Le séminaire analyse ensuite les différents contextes de ces interactions (ongoing, crise...) ainsi que les nouveaux outils à leurs services (smart data, social media...). Le cours propose enfin un ensemble d'étude de cas appliqué à des secteurs et des écosystèmes spécifiques, des travaux pratiques et des échanges avec des professionnels permettant d'appréhender concrètement le travail du consultant RP.

Evaluation - *Assessment*

L'évaluation reposera sur la réalisation en groupe d'une stratégie RP opérationnelle. Celle-ci sera l'objet d'une présentation orale lors du dernier cours du séminaire, devant un jury de professionnels.

Plan – Séances - *Course outline*

Cours 1 : Introduction - des Relations Presses aux Relations Publics (posture, veille et ciblage)

Cours 2 : Comment travaillent les journalistes et comment travailler avec eux de manière optimale ?

Cours 3 : Élaboration d'une stratégie RP et activation d'outils presse

Cours 4 : Du web à la blockchain, les Relations Publics 2.0 - nouvelles pratiques et nouveaux enjeux médias

Cours 5 : Spécificités des RP en temps de crise

Cours 6 : Réalisation en groupe d'une stratégie RP opérationnelle

Bibliographie - *Bibliography* :

Billiet (S), Les relations publiques, refonder la confiance entre l'entreprise, les marques et leurs publics, Dunod, 2009 François (L), Business sous influence, Editions d'Organisation, 2004

Gilliam (J), The internet is my religion, NationBuilder books, 2016

Giroux (B), Zimmer (P), Comment rater ses relations avec la presse ?, Archipel, 2011

Gorius (A), Moreau (M), Les gourous de la com', La Découverte, 2012

Juillet (A), Racouchot (B), L'influence, le noble art de l'intelligence économique, Communication et organisation, 2012 (disponible en ligne)

Laville (M-L), Les Relations Presse à l'heure du digital - des influenceurs aux ambassadeurs, Kawa, 2017 Libaert (T), La communication de crise, 4ème édition – Dunod – 2015

Morel (P), Pratique des relations presse, 4ème édition, Dunod, 2008

Hermann (L) et Boyon (G), Jeu d'influence, France 5, 2014 (disponible sur YouTube)