

Module 4

Opérations d'influence

Présentation du module

L'intelligence économique est une discipline de l'action. La gestion des opérations d'information et d'influence réclame des savoir faire précis en matière de techniques de guerre cognitive, de communication d'influence, de lobbying et d'approche offensive des marchés internationaux .

Objectifs pédagogiques

Apprendre aux étudiants à trouver les failles informationnelles d'un adversaire et à les exploiter dans la construction d'un argumentaire structuré afin de donner à l'entreprise un avantage concurrentiel décisif .

La guerre cognitive - 21h

Christian Harbulot

Apports de la culture subversive dans l'élaboration d'une stratégie cognitive offensive. Méthodologie d'une attaque par l'information. Etude de cas et exercice.

Communication d'influence - 21h

Colonel (r) Jean-François Bianchi

Théories et moyens des actions d'influence. Définitions des domaines d'influence de la polémologie militaire à celle de l'entreprise. Etudes de cas concrets. (analyse stratégique de l'influence, production d'un plan opérationnel, compréhension et maîtrise d'une mise en œuvre éthique de l'influence).

Intelligence économique et développement international - 14h

Jean-Renaud Fayol

Méthodes d'évaluation de l'environnement, définition et mise en œuvre de préconisations opérationnelles, élaboration et direction de mission (plan de recherche, calendrier des actions, identification des sources, budget, cartographie des acteurs).

Management des affaires publiques et lobbying - 21h

Charles de Marcilly

Etude du code de conduite, codification réglementaire. Elaboration d'une campagne de lobbying (exécution et développement). Orientation stratégique : Grassroot et Grasstop lobbying au niveau national et européen.

Business et diplomatie : les clés de la négociation - 21h

Eric Le Deley

Principes de négociation : intérêts des acteurs, options de solutions, critères de légitimité, identification des alternatives, engagement ou accords. Analyse, méthodologie, exercices et études de cas de négociations internationales.

Organiser et gérer une communication de crise - 21h

Alain Pajot

Audit des risques, cartographie des acteurs, procédures de veille, schéma d'alerte, argumentaires, gestion des médias, choix du mode de communication.

La fabrication médiatique de l'information - 14h

Jean-Baptiste Jusot

Etude du fonctionnement des rédactions des principaux médias. Analyse des perceptions, décryptage du rôle de l'opinion publique.

E-Réputation - 14h

Nicolas Chazaud

Etude du fonctionnement des rédactions des principaux médias. Analyse des perceptions, décryptage du rôle de l'opinion publique.