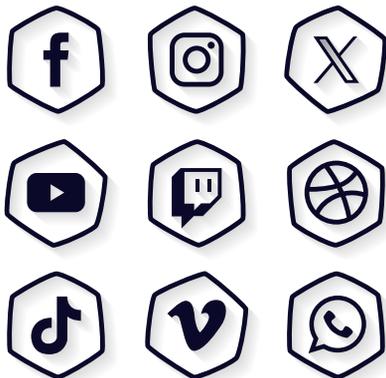
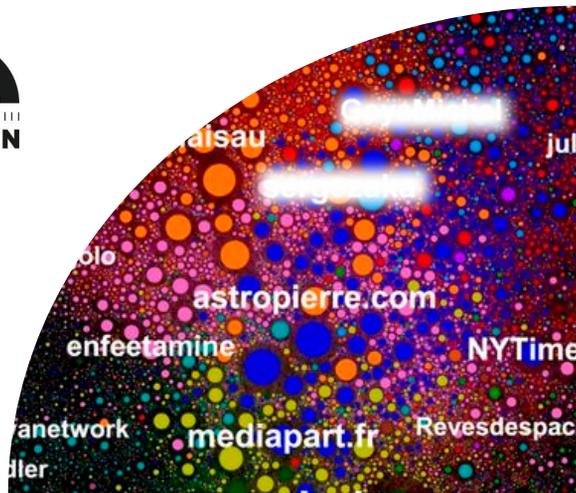


Faculté des Humanités, Lettres et Sociétés

Journées de formation approfondie  
du Master 1 Communication des organisations



# LES OUTILS DE SOCIAL LISTENING : DONNER ET PENSER LE SOCIAL

CONFÉRENCES,  
ATELIERS, ÉTUDES  
DE CAS SUR LES  
DONNÉES DU WEB  
SOCIAL

LUNDI MARDI  
25-26 MARS  
9h00 - 18h00

## PROGRAMME:

Lundi 10h00-12h00 Salle 314  
14h00-18h00 Amphi J

- Présentation du métier de « social data analyst »
- Atelier cartographie (collecte & exploitation)

Mardi 9h00-12h00 Amphi O  
14h00-17h00 Amphi I

- **Création de communauté**
  - les jeux concours online
  - e-sport
- **Réputation & astroturfing**
  - l'exemple du conflit Russie-Ukraine
  - achat de faux followers
- **IA générative**
  - préconisations automatiques et analyses qualitatives

FLORENT LEFEBVRE,  
CONSULTANT  
SOCIAL DATA SCIENCE



Spécialiste de la cartographie des réseaux sociaux, il accompagne les organisations sur des sujets tels que l'analyse des communautés digitales et le développement de chaînes de traitement cartographique automatisées. Son expertise permet de penser autrement les données sociales, en « mesurant » et en rendant visibles leurs relations et leurs interactions.

Les technologies IA et « big data » nécessitent des compétences autant appliquées que réflexives pour manipuler et donner sens à des masses de données hétérogènes.

Face à la complexification des outils, il est essentiel d'acquérir une connaissance fine des méthodologies de collecte et d'analyse pour concevoir et mettre en œuvre avec distance critique des actions de communication.