

# COMMUNICATION ET STRATÉGIES D'INFLUENCE (COSI)

## INFOS CLÉS

Niveau(x) de recrutement

- Bac +3

### Public ciblé:

Le parcours Communication et stratégies d'influence (CoSI) est ouvert :

- aux étudiant·es du Diplôme de Sciences Politique Toulouse en 3<sup>e</sup> année
- aux étudiant·e.s titulaires ou en cours d'obtention d'une licence, d'un diplôme ou titre correspondant à au moins 180 ECTS, obtenu dans un établissement d'enseignement supérieur de l'Union européenne
- aux titulaires d'un diplôme ou titre obtenus hors de l'Union européenne sanctionnant un niveau équivalent à au moins trois années d'études supérieures (une commission pédagogique apprécie cette équivalence).

La stratégie d'influence désigne l'ensemble des actions, discours et dispositifs mobilisés par un acteur — institution publique, organisation internationale, entreprise, parti politique, ONG ou groupe d'intérêt — pour **orienter durablement les représentations, les comportements et les décisions du public ou d'autres acteurs**, au sein d'un environnement donné.

Elle s'appuie sur une compréhension fine des **rapports de pouvoir**, des **équilibres institutionnels**, des **dynamiques sociales** et des **représentations collectives**. Une stratégie d'influence vise non seulement à défendre des intérêts, mais aussi à **façonner l'agenda public**, à structurer les enjeux légitimes, et à créer des **coalitions d'acteurs** qui pour atteindre l'objectif recherché.

Elle combine généralement :

- **La production et la circulation d'expertise** (notes, argumentaires, données, cadrages).
- **Le travail relationnel** (réseaux, alliances, diplomatie, plaidoyer).
- **La communication stratégique** (récits, symboles, storytelling politique).
- **L'anticipation et l'analyse du contexte** (cartographie des parties prenantes, analyse de pouvoir, monitoring réglementaire ou géopolitique).

En somme, une stratégie d'influence est une **ingénierie du soft power**, qui vise à transformer le cadre cognitif et normatif dans lequel les décisions se prennent.

Spécificités et objectifs de la formation  
L'alternance en pratique

## OBJECTIFS

Le parcours forme des professionnels capables de penser la communication comme un instrument d'analyse, de conseil et d'action. Il met au cœur de la formation compréhension et conception des politiques de communication plutôt que la production de contenus.

## PROGRAMME

### Semestre 9

#### Unité de diplomation

- Stage - Rapport d'étonnement (oral) | 3 ECTS
- Stage - Rapport d'étonnement (écrit) | 3 ECTS
- Grand Oral de Communication | 4 ECTS
- Grand Oral de Communication (préparation)
- Grand Oral International | 4 ECTS
- Module "Préparation à l'alternance | 1 ECTS

Pédagogie de l'alternance | 7H30 - 0 ECTS

Sociologie des métiers de la communication | 15H - 3 ECTS

Atelier avancement des mémoires (1) | 15H - 1 ECTS

Spécialisations en communication (1) | 52H30 - 4 ECTS

Savoir-faire en communication (1) | 60H - 4 ECTS

**LVA ANGLAIS | 22H30 - 3 ECTS**

### Semestre 10

#### Unité de diplomation

- Rapport de stage | 5 ECTS
- Soutenance du rapport du stage | 3 ECTS
- Mémoire de recherche | 8 ECTS
- Soutenance du mémoire de recherche | 2 ECTS

Atelier avancement des mémoires (2) | 30H - 1 ECTS

Spécialisations en communication (2) | 67H30 - 4 ECTS

Savoir-faire en communication (2) | 82H30 - 4 ECTS

**LVA ANGLAIS | 22H30 - 3 ECTS**