USM320 - Recherche d'information

Mis à jour le 12-01-2026

Code : USM320

Unité spécifique de type cours

4 crédits

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / Sakura SHIMADA

Contact national :

Equipe stratégies - Master Organisation et conduite du changement

EPN15, bureau 31.2.30, 2 rue Conté
75003 Paris
01 40 27 25 08
Maryam Heidari
par_occ@lecnam.net

Présentation

Prérequis

Cette US s'adresse aux auditeurs admis au M1 en droit, économie et gestion, mention management en cours du jour administré par le CNAM-IIM (EPN Stratégies).

Objectifs pédagogiques

- Définir la raison d'être de la recherche d'information au service des métiers de l'entreprise
- Réaliser un état de l'art sur un sujet ou un domaine d'étude métier
- Savoir mettre en forme une monographie d'entreprise ou une tendance sectorielle

Compétences

A l'issue du module les participants devront être en capacité de :

- Identifier les lieux et sources d'informations ou de données
- Collecter de l'information avec des outils / logiciels adaptés
- Sélectionner, analyser et synthétiser l'information pour lui donner du sens en lien avec les objectifs visés
- Présenter des résultats d'analyse attractifs avec une valeur ajoutée

Programme

Contenu

- Définition de différents concepts : recherche d'information et veille, veille stratégique et intelligence économique
- Les différentes veilles : stratégique, technique, juridique, concurrentielle, produits, services, métiers, …
- Définition d'un périmètre de recherche et modalité de recherche d'information
- Passage en revue des différentes collectes de données : enquête, données statistiques, échantillon d'entretiens, analyse documentaire, observations terrain, …
- Analyse de données en s'appuyant sur les techniques statistiques pour dégager des tendances et des prédictions d'évolution
- Réaliser une monographie d'entreprise
- Dégager les évolutions ou tendances sectorielles ou domaines d'activités : énergie, automobile, formation, conseil, …

Modalités de validation

- Projet(s)

Description des modalités de validation

- Etude de cas tutorée avec restitution orale devant un jury et/ou examen à l'issue du module.

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Le Data Marketing (Eyrolles)	Julien Hirth
R for datascience	Hadley Wickam O'Reilly
Big data et Machine Learning (Dunod)	Raffaelli et Morel