LES COMMUNICATIONS ET MOI

DOCUMENT EXPLORATOIRE

Centre d'aide aux étudiants

UNIVERSITÉ LAVAL

Note : L’utilisation du masculin dans ce document n’a pour but que d’alléger le texte.

Table des matières

Table des matières

Explorer les possibilités 1
Définir un objectif 2
Les programmes universitaires en communication 3
Les baccalauréats 3
Les certificats et programmes courts 5
Le contingentement des programmes 6
Rédaction, révision et correction 7
Journalisme 10
Publicité, marketing 14
Relations publiques 18
Communication et politique 21
Animation et recherche culturelles 25
Communication et médias interactifs 28
Cinéma, radio, télévision 32
Communication et relations humaines 38
Conclusion 42
Références 43

Les communications : un domaine vaste, des programmes variés

Le monde des communications offre de nombreuses possibilités. Les universités offrent des programmes de communication ayant chacun leurs spécificités et des objectifs qui leur sont propres. Ces programmes mènent à de nombreux titres professionnels non réservés auxquels d'autres formations peuvent aussi permettre d'accéder. Les activités professionnelles de ce domaine sont souvent peu définies et mal délimitées. De plus, l'étendue des compétences requises pour exercer une profession peut sembler inatteignable et empêcher de l'envisager.

Cette polyvalence, cette ouverture et cette variété d'applications du secteur sont parfois considérées comme des atouts. En contrepartie, cela accroît la difficulté de bien cerner la nature des occupations et rend plus ardue l'identification d'un objectif professionnel. Cette réalité peut créer de l'insécurité et affecter la motivation.

EXPLORER LES POSSIBILITÉS

Devant cette complexité, il demeure important de faire un choix d'étude et de carrière en fonction de ses intérêts, ses aptitudes et ses compétences. À cet effet, explorer les programmes de formation et s'informer des diverses fonctions envisageables sont des étapes nécessaires pour clarifier son choix professionnel. Cette étape demande du temps et elle est parfois déstabilisante. La quantité d'informations recueillies peut être envahissante tant qu'un tri n'y a pas été effectué. Faire le lien entre ses caractéristiques personnelles et les applications diverses des communications permettra de définir progressivement notre projet professionnel.

DÉFINIR UN OBJECTIF

Il est important d'approfondir davantage les motivations d'un choix professionnel. Plusieurs personnes sont attirées par les communications parce qu'elles aiment le contact avec les gens, le travail non routinier et la créativité. Il importe d'aller plus loin et de préciser la signification donnée à ces éléments. Qu'est-ce qui est recherché par ces interactions? Convaincre? Informer? Aider? La réponse à ces questions ne mènera pas nécessairement aux mêmes emplois. Il en va de même des autres critères.

Avoir un objectif professionnel donne un sens à son projet d'études, engendre un plus haut niveau d'engagement, facilite la réussite et procure un sentiment de pouvoir sur l'avenir. Préciser un but permet aussi de déterminer les activités qui viendront enrichir la formation (choix de cours, activités parascolaires, implications dans des comités, formations complémentaires) en fonction de l'objectif d'emploi visé.

Ce document présente les principaux champs d'exercice en communication. Sans prétendre dresser le portrait exhaustif de l'emploi dans ce domaine, il vise à faciliter la précision de vos visées professionnelles.

La classification utilisée dans le présent document est basée sur les orientations des programmes d'études. Cependant, cette catégorisation n'est pas si clairement établie sur le marché du travail. Les tâches associées aux différentes fonctions peuvent s'exercer dans plus d'un secteur et se côtoyer et leurs appellations différer selon les organisations. Par ailleurs, même si les programmes ont chacun leurs particularités, ils peuvent, dans certains cas, permettre d'accéder aux fonctions rattachées à un autre programme. Afin de compléter votre démarche d'exploration, vous pouvez :

- consulter les documents et des sites en lien avec les communications (voir les références à la fin de ce guide);
- discuter avec des professeurs et professeures de même qu'avec d'autres étudiantes et étudiants;
- consulter des employeurs et employeuses potentiels ou des professionnels et professionnelles du domaine;
- vivre des expériences professionnelles pertinentes; (ne pas négliger les expériences de travail d'été, bénévolats et implication dans certains comités, organisations et associations)
- consulter des conseillers et conseillères d'orientation, conseillers en emploi et en information scolaire et professionnelle.

LES PROGRAMMES UNIVERSITAIRES EN COMMUNICATION

Voici la liste des programmes universitaires en communication au Québec (selon les données les plus récentes). La consultation du site Internet ou du répertoire des programmes et cours des universités concernées permet d'évaluer la correspondance entre le programme choisi et l'objectif professionnel visé.

Des formations techniques en communication sont également offertes dans les collèges publics et privés. Les références concernant ces programmes sont indiquées à la fin de ce document.

Les baccalauréats :

Action culturelle Communication (majeure) Communication, politique et société Communication marketing Communication (création médias - cinéma) Communication (création médias - télévision) Communication (création médias - médias interactifs) Communication (journalisme) Communication (médias numériques) Communication humaine et organisationnelle Communication (relations publiques) Communication (stratégies de production culturelle et médiatique)	**Université du Québec à Montréal (UQAM)**
Communication et politique Communication (science) Communication (science) majeure	**Université de Montréal**
Communication Communications and cultural studies Human relations Journalism	**Concordia**
Cinéma du monde (nouveau programme) Communication Communication (majeure) Communication et lettres françaises Communication et science politique Communication et sociologie Relations publiques et communication Journalisme numérique (nouveau programme)	**Ottawa**
Information et communication (majeure)	**Moncton**
Psychosociologie des relations humaines (communication des relations humaines)	**UQAR**

Communication sociale	**UQTR**
Communication appliquée (cheminement spécialisé en rédaction, en communication et en communication marketing)	**Sherbrooke**
Communication interculturelle et médiatique	**UQAC**
Communication	**TELUQ**
Communication publique (concentrations journalisme, publicité sociale, relations publiques ou sans concentration)	**Université Laval**

Les certificats et programmes courts

- **Laval** : Communication publique | Journalisme | Communication et journalisme scientifique (microprogramme de deuxième cycle) | Relations publiques (DESS).

- **Montréal** : Relations publiques | Journalisme | Communication appliquée | Publicité | Communication dans les organisations en changement (microprogramme de deuxième cycle) | Communication organisationnelle (DESS) | Média, culture et technologie (DESS) | Journalisme (DESS).

- **Sherbrooke** : Communication appliquée (et microprogramme et DESS) | Communication et multimédia (microprogramme de deuxième cycle) | Communication et stratégies média (microprogramme de deuxième cycle).

- **UQAM** : Communication | Animation culturelle | Communication socionumérique des organisations | Communication et santé (programme court de deuxième cycle) | Communication internationale (programme court de deuxième cycle) | Communication scientifique (programme court de deuxième cycle).

- **UQTR** : Communication écrite (et programme court) | Communication des risques (programme court) | Communication sociale (DESS).

- **UQAR** : Animation des petits groupes.

- **TELUQ** : Analyse des médias | Communication organisationnelle | Relations publiques | Communication appliquée aux relations publiques (programme court) | Médias, information et rapports sociaux (programme court).

- **UQO** : Animation de groupes | Communication sociale et publique | Information et médias numériques.

- **UQAC** : Rédaction-communications.

- **McGill** : Communication studies (minor).

- **Ottawa** : Communication (mineure) | Cinéma du monde (mineure).

- **Moncton** : Relations publiques (mineure) | Journalisme (mineure).

Il existe de nombreux programmes de communications offerts au deuxième cycle dans les différents établissements au Québec. Ces derniers permettent de se spécialiser, d'approfondir ses connaissances, d'acquérir des habiletés pratiques à l'exercice d'une profession ou encore de s'initier à la recherche. De la même façon, d'autres programmes de premier cycle, couvrant d'autres disciplines, peuvent mener à une carrière dans le secteur des communications. Quelques exemples seront cités au fil de ce document.

LE CONTINGENTEMENT DES PROGRAMMES

Plusieurs programmes de baccalauréat en communication sont contingentés, notamment celui qui est offert à l'Université Laval. Le contingentement et les critères de sélection varient annuellement et sont différents d'un établissement à l'autre. **À titre indicatif**, les cotes R des derniers candidats collégiens admis peuvent varier entre 21 et 28 parmi les programmes de communication offerts dans les différents établissements du Québec.

Aussi, les politiques d'admission peuvent varier en lien avec votre statut à l'admission, c'est-à-dire si vous êtes considéré comme un candidat universitaire ou collégien au moment du dépôt de la demande d'admission. Dans certains cas, les notes ne sont pas le seul critère d'admission. Certaines universités peuvent utiliser des tests d'admission, des entrevues ou demander des productions médiatiques dans leur processus d'admission.

La consultation des sites Internet des établissements concernés permettra d'obtenir les informations les plus complètes et les plus à jour.

Les diverses applications du domaine des communications

RÉDACTION, RÉVISION ET CORRECTION

Les personnes œuvrant dans ce secteur effectuent la conception, la réalisation et la mise à jour de divers documents, dont des documents techniques. Elles évaluent et révisent des manuscrits, des articles et des bulletins qui seront publiés, radiotélédiffusés ou diffusés sous format divers. Elles peuvent aussi exercer des fonctions de coordination (par exemple coordonner les activités des correcteurs, des graphistes et des rédacteurs lorsqu'un ouvrage est publié) et des fonctions de gestion de la documentation.

Exemples de fonctions

Correctrice, correcteur

- Réviser, relire et corriger les épreuves de textes et de matériel imprimé.
- Veiller à l'application parfaite des règles orthographiques et grammaticales.
- Assurer une présentation typographique de qualité.

Correctrice, correcteur d'épreuves

- S'assurer que les épreuves correspondent parfaitement au document que le client désire produire.
- Vérifier la mise en page du document, repérer les erreurs typographiques, relever les fautes d'orthographe et souligner les irrégularités ou coquilles qui ont pu échapper aux rédacteurs et même aux réviseurs, afin de les corriger avant que l'équipe de l'impression ne procède.

Rédactrice, rédacteur

- Rechercher de l'information.
- Réaliser des entrevues.
- Rédiger des articles.

Rédactrice, rédacteur technique

- Concevoir, rédiger et faire la mise à jour de documents techniques, tels que des manuels, des guides, etc.

Réviseuse, réviseur

- Lire et réviser des textes destinés à être publiés (manuscrits, articles, bulletins d'information, etc.) afin d'en corriger les fautes d'orthographe, de grammaire et de syntaxe, d'en clarifier ou d'en réorganiser le contenu et la structure, de vérifier l'exactitude des données et des citations fournies par l'auteur ou, encore, de raccourcir ou d'allonger le texte si nécessaire.
- S'assurer de la qualité de la langue utilisée, afin que le message véhiculé soit bien compris par les personnes à qui il s'adresse.

Autres fonctions et exemples de postes déjà affichés

- Adjoint aux contenus pour une société d'édition de magazines spécialisés
- Conseiller, rédaction économique pour la Caisse de dépôt et placement du Québec
- Rédacteur de CV pour une entreprise de gestion de carrière
- Rédacteur principal pour un site Internet et un magazine qui couvre l'actualité de l'industrie des technologies de l'information et des communications
- Rédacteur/Réviseur italien/anglais pour une entreprise de conception de jeux vidéo
- Rédacteur marketing pour un fournisseur de solutions de test et d'assurance de services
- Rédacteur Web pour une entreprise spécialisée en marketing Web
- Traducteur de contenu du français vers l'anglais pour une agence numérique

Exemples de formations à explorer…

Communications ● Langue française et révision professionnelle ● Rédaction et composition française ● Certificat en productions textuelles (UQAR) ● Baccalauréat en études littéraires et culturelles (Sherbrooke) ● Programme court de deuxième cycle en communication scientifique (UQAM) ● Certificat en communication socionumérique des organisations (UQAM) ● Études littéraires ● Linguistique ● Traduction ● Langues ● Autres disciplines pertinentes à l'emploi (par exemple : sciences et droit pour les rédacteurs juridiques, scientifiques et médicaux).

Principaux intérêts

Langue française

Recherche et analyse

Communication orale et écrite

Travail de bureau

Lecture, écriture

Travail à l'ordinateur

Recherche dans les dictionnaires et dans les manuels de référence

Compétences et qualités recherchées

Maîtrise des logiciels de bureautique et d'éditique

Connaissances en informatique

Maîtrise de la langue française

Bilinguisme, dans certains cas

Habileté à communiquer, rédiger et vulgariser

Autonomie et sens de l'organisation

Capacité d'adaptation

Patience

Capacité de travailler en équipe

Attention et concentration

Sens de l'observation

Souci du détail, rigueur

Culture générale, curiosité intellectuelle

Capacité de recherche, d'analyse et de synthèse

Capacité à respecter les échéanciers et à travailler dans des délais courts

Initiative, créativité et esprit critique

Capacité à adapter sa rédaction au public cible

Facilité à adopter le style et les normes d'écriture de l'entreprise donnée

Connaissances liées au domaine auquel s'applique la rédaction/révision (parfois exigées ou un atout)

Employeurs potentiels

À son compte ou comme pigiste

Établissements d'enseignement

Gouvernements fédéral et provincial

Municipalités

Éditeurs de livres et de revues

Compagnies de logiciels, de correction ou de traduction

Entreprises de multimédias

Entreprises privées

Médias (journaux, magazines, télévision, radio, Internet)

Agences de communication, de publicité et de relations publiques

Bureaux de traduction

Associations

Universités

JOURNALISME

Les personnes œuvrant dans ce secteur sont à l'affût de l'information. Elles effectuent des entrevues, des enquêtes, se rendent sur les lieux des événements et assistent à des conférences de presse. Une fois l'information recueillie et vérifiée, elles rédigent des articles pour la presse écrite ou pour des reportages diffusés à la radio ou à la télévision.

Exemples de fonctions

Animatrice, animateur

- Animer et présenter, à la télévision ou à la radio, des émissions d'information, de variétés, à caractère artistique ou à caractère sportif.
- Planifier et préparer le déroulement de l'émission.
- Établir un plan de ses interventions, se documenter sur les sujets à aborder et préparer les textes des interviews.
- Commenter ou décrire les actualités, les spectacles, les évènements spéciaux.
- Présenter des invités divers.
- Informer le public sur différents sujets.
- Présenter des pièces musicales et des messages publicitaires.

Chef de pupitre

- Rédiger des textes dans les journaux, les périodiques, les magazines.
- Préparer les maquettes des pages, vérifier la qualité de l'écriture des textes (orthographe, ponctuation, syntaxe, etc.), voir à leur adaptation en fonction des limites d'espace et s'assurer de l'exactitude des données fournies.
- Choisir les éléments visuels qui accompagneront les textes et l'ordre dans lequel ces derniers seront présentés.

Chroniqueuse, chroniqueur

- Se documenter sur le sujet de la chronique par des rencontres, des lectures et toute autre source d'information, puis vérifier la validité et l'intérêt de l'information recueillie.
- Rédiger ou commenter des chroniques sur les événements et les personnalités des domaines social, politique, sportif ou économique ou sur les lieux d'intérêt particulier en vue de leur diffusion périodique dans des médias imprimés ou audiovisuels.

Critique

- Assister aux spectacles, concerts, représentations théâtrales, projections de film, expositions ou autres types de représentations.
- Prendre connaissance des nouveaux produits lancés sur le marché (livres, disques, vidéoclips, etc.).
- Se documenter sur la vie et l'œuvre des artistes.
- Réaliser des entrevues avec des personnalités du domaine artistique.
- Informer le public dans les domaines des arts et de la culture et donner son appréciation à son lectorat ou son auditoire par la rédaction et la publication d'articles dans les revues ou les journaux, ou lors de la diffusion d'émissions de radio ou de télévision.

Éditorialiste

- Écrire des textes d'opinion reflétant sa pensée, et parfois celle de la direction, sur des sujets d'actualité destinés à être publiés dans un journal ou une revue.
- Analyser les événements, effectuer des recherches dans le but de recueillir des éléments d'information qui appuieront ses opinions.
- Proposer des sujets d'éditoriaux et afficher des tendances au cours de rencontres du conseil de rédaction.

Journaliste

- Informer le public sur les événements de l'actualité locale, nationale et internationale lors de reportages diffusés à la radio ou à la télévision ou par des articles ou des reportages publiés dans les journaux, les magazines ou autres publications.
- Recueillir des renseignements sur des sujets d'intérêt public, procéder à des entrevues, effectuer des revues de presse, assister à des conférences de presse et se déplacer sur les lieux où l'action se déroule et être parfois témoins d'événements troublants.
- Recevoir et analyser les nouvelles pour en vérifier l'exactitude, sélectionner les idées de reportage qui lui sont communiquées et trouver des sujets à traiter.

Lectrice, lecteur de nouvelles

- Présenter, à la télévision ou à la radio, les événements d'actualité locale, nationale et internationale dans le but d'informer le public.
- Lire les nouvelles, interviewer des personnalités publiques sur des événements d'importance, intervenir auprès des journalistes ayant un reportage à diffuser et les questionner sur l'événement en cause.

Rédactrice, rédacteur en chef de l'information

- S’assurer que l'ensemble des textes produits soit conforme aux orientations et aux positions du média.
- Diriger une équipe de journalistes, s'occuper de la planification des activités du personnel de rédaction, de la sélection des illustrations et des photographies, ainsi que du choix des titres et de l'information qui sera finalement publiée.
- Vérifier les textes en vue d'en assurer la qualité (orthographe, style, teneur, cohérence, etc.).

Autres fonctions et exemples de postes déjà affichés

- Blogueur
- Chef du bureau pour une salle de nouvelles
- Commentateur sportif
- Cyberjournaliste
- Directeur de l’information pour une station radiophonique
- Journaliste - Finances & Investissement pour un quotidien spécialisé
- Recherchiste photo pour un quotidien
- Recherchiste pour un courtier en information médias spécialisé dans la surveillance et l’analyse de contenus de médias imprimés et électroniques
- Rédacteur de nouvelles
- Reporteur national spécialisé pour une chaîne de télévision
- Vidéojournaliste pour un réseau de télévision

Exemples de formations à explorer…

Le journaliste peut se spécialiser dans un domaine en particulier, par exemple la culture, la justice, les faits divers, les sports, la politique, l'économie, l’informatique, les technologies ou encore les sciences. Ainsi, une grande variété de programmes d’études peut être envisagée (droit, biologie, économique, science politique, histoire, etc.).

Pour aller plus loin : Fédération professionnelle des journalistes du Québec

Principaux intérêts

Actualité
Communication orale et écrite
Prise de notes
Recherche et vérification de l'information
Navigation sur internet
Travail à l'ordinateur
Travail sous pression
Travail d'équipe
Lecture et discussion de sujets variés (politique, économie, culture)
Écriture
Français et anglais
Relations interpersonnelles
Contact avec le public
Changement
Créativité
Culture générale

Compétences et qualités recherchées

Excellente culture générale
Maîtrise de la langue française
Habiletés à la communication
Capacité d'analyse et de vulgarisation
Ouverture d'esprit
Bonne voix, bonne diction, vocabulaire riche et facilité à s'exprimer (pour animateur et journaliste)
Habiletés pour présenter des évènements en ordre logique et pour mettre en évidence des perspectives éclairantes
Aisance pour comprendre rapidement les enjeux des évènements
Vision d'ensemble d'un problème ou d'une situation donnée
Capacité de cibler les faits significatifs, les sources crédibles, de distinguer le vrai du faux, l'essentiel du superflu
Résistance au stress
Capacité d'agir dans des délais courts
Capacité d'adaptation, sens critique
Connaissance du Web

Employeurs potentiels

À son compte
Journaux
Magazines
Radiodiffuseurs
Télédiffuseurs
Entreprises de veille électronique
Maisons de sondage

PUBLICITÉ, MARKETING

Les personnes travaillant dans ce secteur composent avec les divers aspects des communications au sein d'une entreprise, soit la publicité, les commandites, les relations publiques et le marketing direct.

Exemples de fonctions

Agente, agent d'artiste (également appelé gérante, gérant ou imprésario)

- Gérer la carrière d'artistes ou de groupes artistiques dans un domaine particulier du spectacle (cinéma, théâtre, musique, danse, etc.).
- Présenter aux producteurs et au public les artistes qu'il ou qu'elle représente afin de les faire connaître et, ainsi, de leur procurer des engagements professionnels.
- Négocier leurs cachets et les modalités de leurs contrats.
- Prendre les arrangements concernant la publicité, les relations avec les médias et les événements promotionnels.
- Gérer l'agenda de travail des artistes et conseiller ces derniers sur toute question relative à leur image publique et à leur carrière.

Agente, agent de communication marketing

- Élaborer et appliquer des stratégies de communication marketing.
- Peut se charger des projets de communication marketing et en diriger toutes les étapes.
- Produire et développer des outils publicitaires.

Cadre, gestionnaire (au sein d'un cabinet de relations publiques ou d'une agence de communication marketing)

- Planifier et contrôler, par l'intermédiaire du personnel sous sa responsabilité, les activités administratives et les activités de communication marketing au sein des entreprises.

Conceptrice-rédactrice, concepteur-rédacteur, publicitaire

- Rédiger des messages publicitaires destinés à promouvoir des produits, des services ou une organisation.
- Composer des textes à la lumière de sa connaissance du public cible et du marché de consommation en fonction du support publicitaire choisi (brochure, télévision, radio, magazine, etc.).

Consultante, consultant en communication marketing

- Réaliser des études de marché et en analyser les résultats.
- Élaborer et appliquer des stratégies de communication marketing.
- Peut s'occuper de la publicité et des relations avec les médias au nom des organisations, des gouvernements ou des entreprises.

Directrice, directeur de la publicité

- Planifier et superviser les activités liées à la publicité et à la promotion des ventes de produits ou de services pour le compte d'une organisation.
- Diriger une équipe en vue de concevoir et d'exécuter des stratégies médiatiques ou des campagnes publicitaires et promotionnelles préalablement établies.
- Approuver tout contrat de publicité avec les médias et autoriser la diffusion des messages publicitaires, ainsi que toute autre information qui pourrait circuler.
- Évaluer les résultats obtenus à la suite des activités publicitaires réalisées.

Directrice, directeur du marketing

- Planifier et diriger les activités liées à la promotion, à la vente et à la distribution des produits ou services pour le compte d'une organisation.
- Étudier les besoins de divers groupes de consommateurs, entreprendre des études de marché et développer des réseaux de distribution pour les produits ou services offerts.
- Peut participer à l'élaboration de nouveaux produits.

Publicitaire

- Concevoir des stratégies de communication et des messages publicitaires destinés à promouvoir des produits ou des services et à inciter la clientèle à les acheter.
- Discuter avec le client de la campagne publicitaire.
- Analyser le marché.
- Concevoir un slogan.
- Présenter les maquettes et les textes au client pour approbation.
- S'occuper de la conception, du suivi et de la coordination de la campagne publicitaire.

Responsable du marketing

- Analyser les besoins de marketing et de communication de l'organisation en lien avec les tendances du marché et proposer des avenues innovatrices.
- Coordonner des projets liés aux promotions, aux événements internes et externes et aux mises en marché.
- Assurer la production des concepts promotionnels en lien avec l'image de marque.

Autres fonctions et exemples de poste déjà affichés

- Agent aux affaires publiques
- Chargé de projet aux communications pour une entreprise de courtage d'assurances
- Conseiller en publicité et promotion
- Conseiller - Stratégies de fidélisation pour une agence multidisciplinaire de publicité
- Conseiller en marketing interactif pour un jardin zoologique
- Conseiller en publicité pour un quotidien
- Coordonnateur, programme de porte-à-porte pour un organisme de bienfaisance
- Coordonnateur ventes et activités corporatives pour une entreprise spécialisée en gestion d'événements sportifs
- Directeur de tournée
- Gestionnaire ou chargé de compte dans des agences
- Gestionnaire de projets de campagnes numériques et multiplateformes pour une agence de publicité
- Gestionnaire de marque - Marketing relationnel pour une entreprise de télécommunications
- Gestionnaire des communications et des services à la clientèle
- Gestionnaire des communications et des relations avec des investisseurs
- Gestionnaire de service de communication, de relations publiques, d'affaires publiques, ou de développement international
- Représentant publicitaire pour un organisme faisant la promotion du vélo

Exemples de formations à explorer…

Communications, **Administration (marketing)** ● Baccalauréat en communication marketing (UQAM) ● Baccalauréat en communication appliquée (Sherbrooke) ● Maîtrise en Communication (UQAM) ou ● Communication marketing (Sherbrooke) ● Microprogramme de deuxième cycle en communication marketing sur les nouveaux médias (Ulaval) ● DESS en communication marketing (HEC Montréal) ● Gestion – communication marketing et marque (HEC Montréal) ● Diplôme en publicité et communication marketing (La Cité collégiale, Ottawa) ● Baccalauréat en design graphique (Ulaval) (UQAM) , (UQO).

Pour aller plus loin : lsarta.com

Principaux intérêts

Publicité
Français, anglais et les langues en général
Travail d'équipe et échanges d'idées
Communication orale et écrite
Créativité
Relations sociales
Influence et persuasion
Gestion, planification et organisation
Représentation et promotion

Compétences et qualités recherchées

Habiletés à la communication
Maîtrise du français écrit et parlé
Bilinguisme favorisé et maîtrise d'une troisième langue de plus en plus exigée
Esprit de synthèse
Esprit de décision
Facilité à entrer en contact avec les gens
Facilité à gagner la confiance des autres
Aptitude pour diriger du personnel
Bonne culture générale
Dynamisme
Leadership
Autonomie
Sens des responsabilités
Sens de l'organisation
Capacité d'écoute
Esprit critique
Compétences en gestion, en analyse et en résolution de problèmes
Résistance au stress
Aptitude au travail d'équipe
Respect des échéances
Créativité
Capacité à supporter la critique
Être axé sur les résultats et la qualité
Tact, diplomatie et capacité de persuasion

Employeurs potentiels

Entreprises privées
Cabinets de relations publiques
Agences de publicité
Firmes-conseils en communication et gestion de crises
Organismes sans but lucratif
Organismes non gouvernementaux
Groupes citoyens ou syndicats
À son compte
Agences artistiques et de production de spectacles

RELATIONS PUBLIQUES

Les personnes travaillant dans ce secteur conçoivent, élaborent, appliquent et évaluent des stratégies et des programmes de communication et d'information en vue de promouvoir le rôle, l'image et l'importance de l'organisation, d'une personne, de produits ou de services. À cette fin, elles déterminent les besoins et attentes de la clientèle, elles mettent au point des activités ou programmes d'information pour faire connaître la nature, le rôle et les réalisations de l'organisation, ainsi que ses produits et ses services. Elles s'occupent également d'organiser et de promouvoir des conférences ou tout autre événement promotionnel et servent d'agent de liaison entre la clientèle et la direction.

Exemples de fonctions

Agente, agent d'information

- Recueillir, choisir et adapter l'information en vue d'informer ou de faire la promotion d'un sujet relatif aux activités et services d'une organisation auprès des médias et d'une clientèle visée.
- Déterminer le moyen de communication le plus approprié pour répondre aux besoins de la clientèle, établir le contenu des messages et veiller à sa diffusion.
- Répondre aux demandes de renseignements verbales ou écrites que reçoit l'organisation.
- Voir aux communications internes d'une entreprise.

Conseillère, conseiller aux communications / éditeur

- Rédiger des publications dans un magazine / site Web / journal.
- Supporter les sous-traitants dans les activités de mise en page et graphisme.
- Rédiger les mémos internes.
- Rédiger des communiqués de presse et des allocutions lors d'événements corporatifs.
- Administrer le site Internet et l'Intranet.
- Assurer des communications avec des partenaires.

Attachée, attaché de presse

- Agir comme intermédiaire entre une société, une entreprise, une personne, un député, un ministre ou un organisme et les médias.
- Communiquer de l'information relative aux services, aux produits ou aux réalisations de l'organisation et en faire la promotion.
- Organiser des conférences de presse et rédiger des communiqués dans le but d'entretenir de bonnes relations avec les médias et, par conséquent, de véhiculer une opinion favorable auprès du public.

Conseillère, conseiller en communication

- Rechercher, rédiger et produire différents documents d'information internes et externes.
- Mettre sur pied des campagnes de communication et des plans d'action en regard des divers événements et en assurer la logistique.
- Analyser la performance et la pertinence des outils de communication existants et conseiller quant aux moyens les plus appropriés et efficaces de transmettre l'information.
- Assurer la mise à jour du site internet.

Conseillère, conseiller en relations publiques

- Élaborer des stratégies et des programmes de communication et d'information pour le compte d'une organisation (entreprises commerciales et industrielles, partis politiques, équipes sportives professionnelles, etc.) avec pour but de la faire connaître et de promouvoir son rôle, son image, de même que ses produits et ses services.
- Rédiger des discours, des communiqués et organiser des activités promotionnelles, telles que des conférences de presse.
- S'assurer d'entretenir des relations avec les médias et la clientèle cible.
- Agir à titre de porte-parole de l'organisation.

Autres fonctions et exemples de postes déjà affichés

- Agent aux affaires publiques
- Agent des relations avec les médias
- Attaché politique
- Chef de section - Relations publiques et affaires corporatives
- Chef - Relations avec les communautés
- Expert-conseil en collectes de fonds
- Expert-conseil en relations publiques
- Directeur des communications
- Directeur des relations publiques
- Responsable des publications imprimées, audiovisuelles ou électroniques
- Responsable des relations de presse (ex. : pour une salle de spectacles)

Exemples de formations à explorer…

Baccalauréats / Maîtrises / Certificats / DESS en communication (relations publiques)

Principaux intérêts

Communication orale et écrite
Relations sociales
Influence et persuasion
Français et les langues en général
Gestion, planification et organisation
Travail en collaboration avec les gens
Tâches variées
Créativité
Représentation et promotion

Compétences et qualités recherchées

Habiletés à la communication
Maîtrise de la langue française écrite et parlée
Bilinguisme favorisé
Bonne culture générale
Compétences en gestion, planification et organisation
Analyse et résolution de problèmes
Résistance au stress
Aptitude au travail d'équipe
Respect des échéances
Créativité
Esprit de synthèse
Esprit de décision
Aptitudes pour diriger du personnel
Facilité à gagner la confiance des gens
Bonne capacité d'écoute
Prévoyance
Autonomie
Leadership
Sens de l'organisation
Sens des responsabilités
Diplomatie
Dynamisme
Esprit critique

Employeurs potentiels

À son compte
Agences de publicité
Associations professionnelles
Cabinets de relations publiques
Clubs sportifs professionnels
Compagnies artistiques
Commerces de détail
Entreprises de services publics
Gouvernements fédéral et provincial
Hôtels
Centres de congrès
Salles de spectacles
Municipalités

COMMUNICATION ET POLITIQUE

Les personnes œuvrant dans ce champ d'activité sont appelées à exercer des fonctions d'analyse des phénomènes politiques d'un point de vue communicationnel. Elles s'occupent de la planification stratégique de la communication des partis, de groupes et des administrations. Elles élaborent des plans de communication, organisent des campagnes électorales, voient à l'implantation de réformes, ainsi qu'à la formulation de politiques dans les services publics.

Exemples de fonctions

Agente, agent de recherche

- Recueillir et organiser de l'information répondant à la mission de l'organisation.
- Répertorier les ressources et les documents nécessaires pour répondre aux clientèles variées.
- Collecter, regrouper, et présenter l'information sous la forme d'un rapport organisé.

Attachée, attaché d'administration

- Participer à la mise en œuvre des politiques gouvernementales.
- Assumer des fonctions de planification, d'organisation, de contrôle et de formation relativement à l'implantation et au suivi de mesures et de services pour diverses clientèles.
- Rédiger des analyses, des notes de service, des lettres de réponse, etc.

Attachée, attaché politique

- Assurer le suivi de divers dossiers relatifs aux domaines d'intervention d'un parlementaire (premier ministre, ministre, député).
- Planifier ses déplacements et prendre toutes les dispositions nécessaires.
- Gérer son agenda, le représenter au besoin et effectuer des recherches dans le cadre de certains dossiers.
- Sensibiliser le parlementaire aux conséquences sociales, économiques et politiques que peuvent avoir les décisions du gouvernement.

Chef de cabinet

- Assumer, sous l'autorité d'un ministre, les responsabilités relatives à la direction des membres du personnel d'un cabinet, ainsi qu'à la coordination, à la gestion et à la direction des activités d'un cabinet ministériel.
- Conseiller le ministre et assurer le lien entre son cabinet ministériel et celui du premier ministre, d'une part, et celui du sous-ministre, d'autre part.
- Veiller à ce que le ministre reçoive tout le soutien nécessaire à l'accomplissement de ses fonctions protocolaires et politiques.

Conseillère, conseiller en affaires internationales

- Contribuer à l'acquisition d'une expertise spécialisée relative à la réalité internationale et aux enjeux pour le Québec concernant les territoires visés.
- Effectuer des recherches, des études et des analyses sur les territoires sous sa responsabilité.
- Participer à l'organisation des missions à l'étranger.
- Rédiger divers documents devant favoriser le rayonnement du Québec et son développement dans les domaines institutionnel, politique, culturel, commercial et économique.

  Promouvoir et défendre les intérêts du Québec dans les domaines ci-haut mentionnés et intervenir auprès des partenaires cibles.

Directrice, directeur des communications (politique)

- Assumer la responsabilité des stratégies de communication du gouvernement ou d'un ministère, selon le cas.
- Coordonner les activités médiatiques et les interventions du ministre, en collaboration avec la direction du service des communications du ministère ou avec les conseillers politiques.
- S'occuper de la diffusion des messages et de l'envoi des communiqués aux différents médias, ainsi que de l'organisation des communications du cabinet en concordance avec la planification gouvernementale et législative.

Lobbyiste

- Défendre les intérêts du groupe représenté, tenter d'influencer les décisions des politiciens ou des hauts fonctionnaires, faire pression pour accélérer le règlement de situations particulières ou suggérer des solutions à des problèmes précis.
- Établir et entretenir un réseau de relations avec des personnes jouissant d'un pouvoir d'influence ou de décision (ministres, députés, sous-ministres, hauts fonctionnaires des administrations fédérale, provinciale ou municipale, conseillers municipaux) et solliciter des entretiens avec ces personnes pour les sensibiliser aux intérêts et aux problèmes du groupe qu'elles représentent.
- Participer à des assemblées politiques et à tout événement susceptible de lui fournir de l'information sur les tendances politiques et les intentions des dirigeants, ainsi que sur les projets de loi ou de règlement à l'étude.

Autres fonctions et exemples de postes déjà affichés

- Analyste de sondage
- Analyste politique
- Attaché de presse
- Conseiller en communications
- Conseiller politique
- Chroniqueur politique
- Journaliste
- Organisateur de campagne électorale
- Rédacteur politique
- Responsable des affaires publiques

Exemples de formations à explorer…

Baccalauréat en philosophie et science politique, Baccalauréat multidisciplinaire (exemples de composantes : science politique, communication publique, droit, rédaction professionnelle), Affaires publiques et relations internationales, Science politique, Droit.
DESS / Baccalauréat en Communication politique (UdeM) ● Communication, politique et société (UQAM) ● Baccalauréat en Communication et science politique (Ottawa) ●

Principaux intérêts

Culture générale
Actualité, politique
Lecture, écriture
Relations sociales
Influence et persuasion
Résolution de problèmes
Gestion des situations complexes
Règlement des conflits
Communication orale et écrite
Français, anglais et langues en général
Travail d'équipe
Analyse et recherche

Compétences et qualités exigées

Polyvalence
Persuasion
Prévoyance
Esprit d'analyse
Esprit critique
Esprit de décision
Bonne culture générale
Rigueur intellectuelle
Esprit d'initiative
Habiletés à la communication
Gestion, planification et organisation
Analyse et résolution de problèmes
Résistance au stress
Aptitude au travail d'équipe
Sens politique
Sens du travail bien fait
Disponibilité
Bilinguisme et connaissance d'une troisième langue un atout

Employeurs potentiels

Gouvernements fédéral et provincial
Organisations politiques provinciales ou fédérales
Organismes communautaires
Syndicats
Médias
Partis politiques
Groupes de pression
Firmes de sondages
Municipalités
Commissions scolaires
Sociétés de transport
Compagnies multinationales
Éditeurs (journaux, revues)
Groupes d'industriels, de producteurs ou de commerçants constituant un secteur économique particulier
Associations de professionnels ou de citoyens
À son compte
Organismes internationaux

ANIMATION ET RECHERCHE CULTURELLES

Les personnes œuvrant dans ce secteur sont appelées à animer des groupes, à diffuser et à promouvoir la culture. Elles pourront également s'occuper du développement culturel au niveau national, régional ou local.

Exemples de fonctions

Agente, agent de développement culturel et local

- Identifier et évaluer les besoins exprimés par la population, les associations, les organismes publics, privés et institutionnels dans son secteur d'activités afin de proposer des objectifs saisonniers et annuels en matière de programmes et d'activités.
- Planifier, préparer, assurer et gérer le déroulement de la programmation des activités de l'organisme.
- Assister les organismes dans la réalisation d'activités, de fêtes et d'évènements et agir comme personne ressource auprès d'eux.
- Préparer les communiqués destinés aux citoyens concernant les informations relatives à la programmation de son secteur d'activités.
- Participer à la préparation des prévisions budgétaires de son secteur, des rapports de secteur, des dossiers de demandes de subventions gouvernementales et aider les organismes à présenter leurs projets.

Animatrice, animateur d'activités culturelles

- Organiser des activités d'animation artistique, culturelle, scientifique, musicale ou multimédia destinées à des publics variés (enfants, adultes, personnes du 3e âge) dans un objectif de développement personnel, pour les villes, les municipalités ou pour tout autre organisme culturel.

Coordonnatrice, coordonnateur de programmes de loisirs culturels

- Coordonner chaque activité et embaucher les animateurs.
- Présenter les rapports de dépenses au conseil.
- Élaborer et faire approuver les programmes d'activités.
- Établir des contacts avec l'administration des organismes concernés afin d'obtenir des subventions pouvant aider à remplir les objectifs.
- Procéder à l'évaluation des activités et du rendement des animateurs.
- Organiser des réunions pour discuter des problèmes relatifs aux programmes et pour planifier les activités pour les années suivantes.
- Évaluer les objectifs, la portée, le coût et l'impact des activités organisées.

Organisatrice, organisateur d'événements

- Assurer l'organisation et la coordination des services lors d'un congrès, d'une exposition commerciale ou d'événement d'envergure, pour le compte d'associations professionnelles, sociales ou autres.
- S'informer des paramètres de l'événement (nombre de personnes attendues, durée, budget alloué, etc.).
- Faire visiter aux clients potentiels les infrastructures de congrès ou de réunion disponibles et discuter avec eux des menus, des prix, de l'équipement nécessaire (audiovisuel ou autre), de l'aménagement des lieux, etc.
- Transmettre les choix des clients au personnel et aux services concernés (choix des menus, réservations de salles et d'équipement, particularités quant à l'aménagement des lieux, etc.) et voir au bon déroulement des activités, de l'arrivée jusqu'au départ des participants.
- Mettre en place des services et des activités complémentaires comme l'hébergement et le transport des participants, des activités de divertissement et un service de restauration.

Autres fonctions et exemples de postes déjà affichés

- Agent de promotion culturelle
- Animateur d'activités culturelles
- Animateur de vie étudiante
- Coordonnateur de programmes de loisirs culturels et socioculturels
- Médiateur culturel en relations interethniques
- Planificateur de congrès et d'événements
- Récréologue

Exemples de formations à explorer…

Administration, Histoire de l'art, Études théâtrales
Certificat en animation culturelle (UQAM) ● Baccalauréat en animation et recherche culturelle (UQAM) ● Baccalauréat en culture, loisir et tourisme (UQTR) ● Administration ● Histoire de l'art ● Études théâtrales ● Maîtrise en culture, loisir et tourisme (UQTR) ● Baccalauréat en intervention plein air (UQAC) ● Gestion du loisir, sport et tourisme (Moncton) ● Therapeutic Recreation (Concordia)
● Leisure sciences (Concordia). **Formations collégiales** : ● AEC en production d'évènements culturels et corporatifs (École du Show-Business) ● AEC en gestion d'événements et de congrès (Mérici).

Principaux intérêts

Arts, loisirs, culture et création

Animation

Sciences sociales

Relations humaines

Planification, organisation et coordination

Travail d'équipe

Langues

Communication orale et écrite

Lecture et écriture

Compréhension du comportement humain

Analyse et résolution de problèmes

Relations publiques

Compétences et qualités recherchées

Sens de l'organisation

Habiletés à la communication

Habileté à la résolution de problèmes

Autonomie

Dynamisme

Sens de l'observation

Sens des responsabilités

Polyvalence

Créativité

Initiative

Capacité d'adaptation

Capacité à mobiliser

Ouverture d'esprit

Ouverture au multiculturalisme

Employeurs potentiels

Maisons de la culture
Municipalités
Centres et organismes d'animation socioculturelle
Organismes gouvernementaux et paragouvernementaux
Organismes communautaires
Milieux communautaires
Milieux scolaires
Entreprises culturelles
Musées
Organismes et entreprises touristiques

COMMUNICATION ET MÉDIAS INTERACTIFS

Les personnes travaillant dans ce secteur exercent des tâches liées à la technologie des médias. Elles peuvent s'occuper de conception visuelle et sonore, de montage, de modélisation en trois dimensions, de programmation, de scénarisation, d'architecture de l'information et de réseaux, de graphisme, de conception web, de design, de développement de projets, de développement de logiciel, d'ergonomie du logiciel, et ce, dans divers champs d'application comme : les arts de la scène, les arts visuels, les médias, l'événementiel, les festivals, l'infographie, le développement de matériel pédagogique ou éducatif, la muséologie, la publicité et la scénographie.

Exemples de fonctions

Conceptrice-idéatrice, concepteur-idéateur de jeux électroniques

- Élaborer des concepts de base de jeux électroniques dans toutes leurs dimensions, techniques et artistiques.
- Concevoir l'idée générale d'un jeu et élaborer des scénarios virtuels de science-fiction, d'aventures fantaisistes ou autres qui sauront capter l'intérêt des joueurs.
- Déterminer les composantes du jeu (développement des mondes, description des lieux, design des personnages, règlements, etc.) et prévoir différents types d'enchaînements, d'événements, de textes, d'images et de sons.
- Prévoir l'adaptation éventuelle des jeux en fonction de l'évolution constante des différentes plateformes et consoles de jeux.

Conceptrice-idéatrice, concepteur-idéateur de produits multimédias

- Créer le concept de base et le synopsis préliminaire d'un produit multimédia (cédérom, site Internet, publication électronique, borne interactive, logiciel de simulation ou de formation, etc.) de type informatif, promotionnel, transactionnel, artistique ou autre.
- Déterminer les principales caractéristiques et les paramètres généraux en tenant compte du support électronique choisi, du budget et des besoins de ses clients.
- Définir les types de contenus (images fixes et animées, séquences vidéo, textes, voix, musique, effets sonores, etc.) qui devront être intégrés.
- Préparer une maquette du projet pour guider le travail de l'équipe de production.

Conseillère, conseiller en communication électronique

- Évaluer et recommander à ses clients (organismes publics, institutions, entreprises privées, etc.), à titre d'expert-conseil en multimédia, des produits qui répondent à leurs besoins et qui correspondent à leurs stratégies et à leurs outils de communication électronique.
- Analyser les besoins et les objectifs d'affaires de ses clients, tels que la commercialisation, l'image d'entreprise, le catalogue électronique et la formation technique par simulation.
- Évaluer les options multimédias susceptibles de convenir à ses clients et les conseiller sur les actions à poser pour tirer parti du produit choisi (site Internet, commerce électronique, cédérom, logiciel de simulation ou de formation, réseau, intranet, etc.), pour gérer l'accès à la clientèle visée et en assurer la sécurité.

Directrice, directeur de production multimédia

- Assumer, dans une entreprise de production multimédia, la responsabilité de l'ensemble des projets multimédias des clients.
- Participer au travail de préproduction, allant du démarchage à la commercialisation, en passant par l'élaboration de la stratégie d'affaires de l'entreprise et la constitution de l'équipe de production.
- Superviser la réalisation du projet et assurer le lien entre les clients et son équipe.
- Intervenir au besoin pour résoudre les problèmes de ressources humaines, technologiques, financiers, d'échéancier ou de production.
- Voir aux négociations des ententes légales en matière de droits de propriété intellectuelle sur les contenus, en matière d'informatique, de télécommunications, d'audiovisuel, etc.

Webmestre

- Créer, gérer et tenir à jour les différents composants logiciels et de contenus d'information d'un site Internet.
- Alimenter chacune des sections du site Web et procéder à leur mise en ligne sur le réseau Internet au moment voulu.
- S’occuper de la présentation esthétique du site Internet.
- S’assurer du bon fonctionnement des outils et des utilitaires du site Web (moteurs de recherche, rotation des bannières, logiciels de statistiques, etc.), ainsi que des communications avec les internautes qui naviguent sur le site.
- Tenir des statistiques sur la fréquentation du site Web dans le but d'en évaluer l'efficacité ou la rentabilité et de procéder, au besoin, à des améliorations.

Autres fonctions et exemples de postes déjà affichés

- Analyste de contenu
- Consultant en multimédias
- Coordonnateur, mise en ondes aux médias électroniques
- Chargé des médias sociaux pour une municipalité
- Créateur de contenu (sites Web, billets de blogues, infolettres, etc.)
- Gestionnaire des communications internes et des réseaux sociaux
- Gestionnaire, stratégies numériques pour une agence de marketing
- Réalisateur de vidéos
- Spécialiste des médias sociaux
- Stratège de contenu pour un service d'hébergement Web

Exemples de formations à explorer…

Communications ● Baccalauréat en communication, médias numériques (UQAM) ● Baccalauréat en communication, création médias, médias interactifs (UQAM) ● Baccalauréat en art et science de l'animation (Ulaval) ● Baccalauréat en création numérique (UQAT) ● Baccalauréat en sciences de l'image et des médias numériques (Sherbrooke) ● Maitrise en création numérique (UQAT) ● Création 3D (UQAT) ● Création de jeux vidéo (UQAT) ● Informatique ● Animation 3D et design numérique (UQAC).

Principaux intérêts

Technologies de l'information et des communications

Nouveaux médias

Innovation

Divertissement

Communication orale et écrite

Gestion, planification et organisation

Analyse et résolution de problèmes

Tâches de précision

Compétences et qualités recherchées

Curiosité

Créativité

Débrouillardise

Leadership

Polyvalence

Patience

Persévérance

Souci du détail

Méthode

Habileté à travailler sous la pression induite par les échéances

Habiletés à la communication

Capacité d'adaptation au changement

Capacité d'accepter la critique

Connaissance du Web et des médias sociaux

Employeurs potentiels

À son compte

Médias

Maisons d'édition

Industrie du spectacle

Industrie du jeu vidéo

Industrie du multimédia

Musées

Agences de publicité

Firmes spécialisées en design d'événements

CINÉMA, RADIO, TÉLÉVISION

Les personnes travaillant dans ce secteur sont des artistes de l'image et du son. Elles œuvrent dans les secteurs de la préproduction (conception de projet, scénarisation télévisuelle, recherche et documentation, coordination), de la production (réalisation, régie, direction artistique) et de la postproduction (montage image et son, vidéographisme, mise en ondes, archivage).

Exemples de fonctions

Coordonnatrice, coordonnateur d'émission

- Planifier et coordonner la diffusion d'émissions de radio ou de télévision.
- Veiller à la préparation et à la gestion du budget du service.
- Choisir le genre et le contenu des émissions en fonction des besoins du public cible.
- S'assurer que les émissions répondent aux objectifs et que le contenu et la forme respectent les normes de qualité professionnelle.
- Fixer la durée de l'émission et assurer la liaison avec les autres chefs de service.
- Établir l'horaire de diffusion.
- Planifier et prendre les dispositions nécessaires à la diffusion de reportages en direct.
- Superviser le personnel de présentation, de rédaction et de production.

Directrice, directeur artistique

- Planifier, organiser et diriger la partie artistique de productions réalisées dans les domaines du cinéma, du théâtre, de la radio, de la télévision ou du multimédia, en vue d'en assurer la qualité et le réalisme en fonction de la période ou des lieux à représenter.
- Parcourir le scénario d'un spectacle, d'une pièce ou d'un film pour en déterminer le thème et le style, puis définir le caractère artistique de la production en tenant compte des objectifs, de la clientèle visée, du sujet ou d'autres considérations.
- Diriger les acteurs et superviser la conception des décors, de même que le choix des costumes, du mobilier et des accessoires. Veiller à ce qu'ils répondent aux critères d'esthétique et de réalisme définis.
- Décider de la programmation artistique et assumer la responsabilité de tous les aspects artistiques du contenu, qu'ils soient visuels ou sonores.

Directrice, directeur de la distribution

- Évaluer et sélectionner des acteurs dans le cadre d'une production cinématographique, télévisuelle ou théâtrale.
- Lire et analyser un scénario, faire une présélection d'acteurs, consulter leurs agents artistiques, proposer des noms au réalisateur.
- Faire passer des auditions, des entrevues et faire faire des bouts d'essai filmés pour évaluer les qualités des acteurs et leur aptitude à jouer le rôle envisagé. Formuler ensuite des recommandations et participer au choix final en collaboration avec le metteur en scène et le producteur.
- Négocier les contrats avec les acteurs retenus.

Directrice, directeur de la photographie

- Planifier le choix et la gestion du matériel et des méthodes de prise de vue dans le but d'assurer la qualité des images d'une production cinématographique ou télévisuelle.
- Étudier le scénario afin de déterminer les besoins en fait d'images (luminosité, ambiance, intensité des couleurs, cadrage, perspective, effets spéciaux, etc.), de cibler les prises de vue problématiques et de trouver des stratégies qui permettront de les réaliser.
- Choisir les pellicules, les caméras et le matériel de tournage, déterminer l'emplacement des caméras sur le plateau et en planifier les déplacements.
- Superviser l'installation du matériel et le travail des techniciens au cours du tournage, vérifier la qualité des pellicules développées et, au besoin, apporter des retouches aux négatifs ou refaire des prises de vue.
- Participer au montage des films et conseiller l'équipe de réalisation quant aux images à retenir.

Directrice, directeur de production

- Coordonner l'ensemble des opérations nécessaires à la réalisation d'un film ou d'une émission télévisée.
- Définir les besoins en personnel (artistes et techniciens) en fonction des délais et des budgets établis.
- Négocier les contrats de travail et gérer le budget de production.
- Veiller à résoudre, en cours de production, tout problème relatif à l'organisation du travail ou au personnel.

Directrice, directeur technique de productions artistiques

- Superviser les aspects techniques de la réalisation afin d'assurer la qualité visuelle et sonore d'une émission de radio ou de télévision, d'un film ou d'une représentation scénique (théâtrale, musicale ou autre).
- Étudier le scénario et assister aux réunions de production afin d'établir les besoins en équipement audiovisuel.
- Choisir la machinerie et les procédés nécessaires à la mise en place du matériel de scène ou à la réalisation d'effets visuels ou sonores spéciaux.
- Veiller à obtenir le matériel et le personnel nécessaires.
- Coordonner le travail des techniciens afin d'assurer la qualité et la sécurité des installations.

Monteuse, monteur

- Assembler, selon le déroulement du scénario, les différentes séquences filmées séparément, en vue de composer la bande finale d'un film ou d'une émission télévisée.
- Analyser le matériel filmé, sélectionner les séquences nécessaires pour assurer la continuité logique de l'action, choisir les meilleures images pour chaque séquence, éliminer les images superflues et assembler les séquences retenues.
- Visionner le film à l'écran en compagnie du producteur et du réalisateur et faire les retouches nécessaires.

Productrice, producteur

- Planifier, organiser et coordonner la production de films cinématographiques, d'émissions de radio ou de télévision ou de pièces de théâtre pour le compte d'une société de production ou pour son propre compte.
- Prendre les arrangements nécessaires pour le financement de la réalisation et négocier avec les personnalités (du monde artistique ou autres) requises pour sa mise en œuvre, tout en veillant à la rentabilité et à la qualité artistique du projet.
- Évaluer l'intérêt que le public devrait porter à la production et ses chances de réussite, établir un budget détaillé et réaliste et trouver des sources de financement.
- Définir les orientations de la réalisation et les exigences à respecter, tout en conservant un droit de regard sur tous les aspects artistiques et administratifs du projet (contenu, forme, efforts de rentabilité).

Réalisatrice, réalisateur

- Concevoir, planifier, diriger et réaliser des films cinématographiques, des émissions radiophoniques ou de télévision et en assurer la qualité artistique et technique.
- Étudier le projet afin de décider du traitement à lui donner (âge et nature du public visé, nature du contenu : humour, information, culture, etc.).
- Élaborer un plan de travail, participer à la sélection des acteurs puis les diriger en répétition et lors du tournage ou de l'enregistrement.
- Déterminer, avec les autres dirigeants de la production (producteur, directeur musical, preneur de son, etc.), les besoins techniques (décors, costumes, musique, éclairage, prises de vue, effets spéciaux, etc.) et mettre en place l'équipe qui sera responsable de chaque volet de la production.
- Orienter la conception et la réalisation du film ou de l'émission et participer à toutes les décisions importantes d'ordre artistique, matériel ou technique en cours de production.
- Coordonner et approuver le montage final.

Recherchiste

- Rechercher, acquérir, sélectionner et préparer des données et des documents nécessaires à l'élaboration du contenu d'une production artistique, médiatique ou électronique.
- Faire des entrevues avec des spécialistes sur les sujets en cause.
- Consulter, en vue de recueillir de l'information, des documents imprimés ou audiovisuels, des bases de données, des banques d'images ou de sons, etc.
- Doit parfois faire certaines démarches pour acquérir des documents ou vérifier les droits protégeant certaines œuvres afin que des ententes d'utilisation soient prises.
- Préparer des résumés de recherche.
- Contacter des personnes en vue de leur participation à une émission de télévision ou de radio.

Régisseuse, régisseur

- S'occuper de la planification du travail et de l'organisation du déroulement des opérations sur les plans pratique et matériel dans une production artistique ou médiatique (film, émission de radio ou de télévision, spectacle sur scène).
- Discuter des exigences de la production avec le personnel de production et de direction.
- Établir le programme des répétitions, du tournage et de l'enregistrement de chaque séquence.
- Dresser la liste des ressources matérielles (décors, accessoires, équipements techniques, etc.) et humaines (artistes, animateurs, techniciens, invités) nécessaires.
- S'occuper des demandes d'autorisation, des réservations de salles ou de studios et veiller à l'organisation du séjour sur les lieux du tournage.
- S'assurer du respect du programme et de l'horaire.
- Veiller au bon déroulement des opérations lors du tournage, de la mise en ondes ou de la représentation.

Scénariste-dialoguiste

- Concevoir, élaborer et rédiger des scénarios de films, de pièces de théâtre ou d'émissions de radio ou de télévision.
- Écrire les dialogues et établir le déroulement chronologique de l'action à partir d'un thème et fournir des indications techniques sur la mise en scène.
- Peut conseiller le réalisateur ou le metteur en scène relativement à la distribution, aux costumes et aux décors.

Scriptrice, scripteur

- Agir, tout au cours de la réalisation d'un film ou d'une émission de télévision, comme secrétaire et « mémoire » du réalisateur en vue d'assurer la bonne continuité des images à l'écran.
- Prendre des notes détaillées sur l'ensemble de la production.
- Planifier et surveiller la mise en place sur le plateau du matériel requis pour le tournage et transmettre, aux artistes et aux techniciens, des instructions concernant le plan et l'organisation du travail.
- Prendre note de toutes les données d'information qui serviront ultérieurement pour faire le montage de la bande-image.

Exemples de formations à explorer…

Communication, Cinéma/Études cinématographiques ● Baccalauréat en communication (Stratégies de productions culturelle et médiatique) (UQAM) ● École du Show-Business ● Art et technologie des médias (Cégep de Jonquière) ● Collège Radio Télévision de Québec (CRTQ).

Principaux intérêts

Culture
Cinéma
Musique
Technologie
Supervision
Animation
Gestion, planification et organisation
Travail de précision
Analyse et résolution de problèmes
Communication orale et écrite
Contacts humains
Découverte et aventure
Lecture, écriture
Recherche

Compétences et qualités exigées

Bonne culture générale
Ouverture d'esprit
Créativité
Habiletés à la communication
Excellentes aptitudes en gestion
Analyse et résolution de problèmes
Aptitude au travail d'équipe
Résistance au stress
Respect des échéanciers
Capacité à recevoir la critique
Leadership
Sens de l'observation
Sens de l'organisation
Sens de l'esthétique
Bilinguisme
Sens de la persuasion
Détermination

Employeurs potentiels

À son compte
Agences de spectacles
Entreprises de production de film et de matériel visuel
Entreprises spécialisées en postproduction et en effets spéciaux
Stations de télévisions et de radio
Compagnies de théâtre
Corps de ballet et autres compagnies de danse
Studios de cinéma

COMMUNICATION ET RELATIONS HUMAINES

Les personnes travaillant dans de ce secteur sont spécialisées dans l'intervention auprès des personnes et des groupes en milieu organisé. Elles s'occupent des problèmes de personnel, de fonctionnement de groupe et d'organisation communautaire. Leur mission est de favoriser le développement des relations humaines.

Exemples de fonctions

Agente, agent d'aide socio-économique

- Assurer la coordination de l'offre de service répondant aux besoins de la clientèle cible.
- Assurer la liaison entre les divers intervenants internes ou externes.
- Rencontrer des personnes et procéder à l'évaluation de leurs besoins sur les plans personnel, social, professionnel et économique.
- Élaborer avec les personnes rencontrées un plan d'intervention.
- Diriger les personnes vers les ressources adaptées à leurs besoins et leurs objectifs.
- Effectuer des suivis et référer aux ressources externes au besoin.

Agente, agent de développement

- Collaborer à l'étude, à l'organisation, ainsi qu'à la coordination des différentes étapes reliées à l'implantation et au développement de projets en conformité avec la mission de l'organisme.
- Renforcer la concertation, l'implication et la mobilisation des partenaires des projets.
- Assurer la liaison entre les différentes instances.

Agente, agent de relations humaines

- Travailler auprès d'individus, de couples, de familles, de groupes et de collectivités pour les aider à prévenir ou à résoudre divers problèmes d'ordre personnel, familial ou social (ex. : violence, délinquance, suicide, placement en résidence ou en famille d'accueil, adoption).
- Procéder à des évaluations et à des diagnostics psychosociaux.
- Établir des plans d'intervention, ainsi que des programmes de services ou d'activités.
- S'occuper de la conscientisation des personnes et de la défense de leurs droits.
- Faire de la consultation dans le but de favoriser l'adaptation sociale des personnes ou des groupes.

Animatrice, animateur de vie étudiante

- Organiser, en collaboration avec des groupes d'étudiants, des activités sociales, culturelles et sportives en milieu scolaire.
- Superviser le déroulement des activités dans le but de créer un climat de vie agréable à l'intérieur de l'établissement.
- Gérer le budget et la mise en place des activités (horaires, locaux, modalités d'inscription, etc.), selon les ressources humaines et matérielles disponibles et selon les besoins et les intérêts des étudiants.
- Veiller à organiser des activités variées, de nature à susciter la participation du plus grand nombre d'étudiants possible.
- S'assurer, pendant le déroulement des activités, que sont respectées les valeurs éducatives de l'établissement.

Conseillère, conseiller en emploi

- Renseigner et conseiller des personnes ou des groupes de personnes sur divers aspects de la recherche d'emploi, du choix d'une carrière et du marché du travail.
- Recueillir toute l'information nécessaire sur la personne qui consulte (ex. : antécédents scolaires et professionnels).
- Cibler les objectifs et les besoins de la personne qui consulte, l'aider à prendre conscience de ses points forts et de ses points faibles et l'initier aux méthodes, techniques et stratégies de recherche d'emploi.

Formatrice, formateur en entreprise

- Former des travailleurs en entreprise pour qu'ils acquièrent ou développent les connaissances nécessaires à certaines activités.
- Définir les besoins en information et en perfectionnement du personnel, inventorier les ressources documentaires et tout autre matériel disponible, mettre sur pied un programme de formation à partir d'objectifs précis, définir les stratégies et les moyens d'apprentissage et évaluer les progrès réalisés.
- Veiller à donner aux personnes en formation le soutien et l'encouragement nécessaires à la réussite de leur démarche d'apprentissage.

Génagogue

- Élaborer, réaliser et évaluer des programmes d'intervention dans le but d'aider les groupes à atteindre les buts qu'ils se sont fixés.
- Analyser la structure, la dynamique et l'évolution du groupe sous différents angles et diagnostiquer les problèmes.
- Proposer des stratégies d'aide au développement organisationnel et superviser leur application.
- Amener les organisations, incluant les équipes de travail, à évaluer la qualité de leurs actions dans leur milieu et les soutenir au besoin.

Organisatrice, organisateur communautaire

- Préciser et analyser, en collaboration avec un groupe social donné, les besoins de ses membres.
- Établir des stratégies d'intervention dans le but d'aider les groupes à améliorer leurs conditions de vie et de trouver des solutions à leurs problèmes personnels et sociaux.
- Favoriser la collaboration entre les organisations locales, les organismes sociaux et les groupes bénévoles en vue d'améliorer les services existants et d'en créer de nouveaux (santé, bien-être, loisirs, emploi, formation, etc.).

Psychosociologue

- Intervenir auprès des individus, des groupes et des organisations aux prises avec des problèmes liés aux interactions humaines et aux comportements sociaux en vue de faciliter la résolution des problèmes en cause (conflits interpersonnels, communication déficiente, objectifs imprécis, problème de leadership, besoins de formation, etc.).
- Analyser les enjeux des relations dans les groupes et les milieux de travail, évaluer les besoins et élaborer des stratégies d'intervention psychosociale soit pour améliorer les relations interpersonnelles, soit pour apporter les changements organisationnels nécessaires.

Autres fonctions et exemples de postes déjà affichés

- Agent de programme pour un organisme de coopération internationale
- Agent de développement
- Agent d'information
- Conseiller en gestion du changement
- Conseiller en relations de travail
- Conseiller en communication
- Intervenant communautaire
- Chargé de projet en communication
- Intervenant psychosocial
- Formateur-animateur
- Agent d'aide aux employés
- Coordonnateur de maisons de jeunes
- Agent socioculturel
- Coordonnateur de centre
- Récréologue

Formations à explorer…

Commu**nication, Sociologie, Psychologie, Orientation.**
● Baccalauréat en communication, relations humaines (UQAR, UQAM), Communication et études culturelles (Concordia) ● Baccalauréat en communication sociale (UQTR)

Principaux intérêts

Communication orale et écrite
Relations humaines et compréhension du comportement humain
Animation
Analyse et résolution de problèmes
Gestion, planification et organisation
Lecture et écriture
Recherche
Conseil
Travail d'équipe
Aide aux autres
Résolution de problèmes
Tâches variées

Compétences et qualités recherchées

Assurance et affirmation de soi
Facilité d'adaptation
Habiletés à la communication
Facilité à entrer en contact avec les gens
Initiative
Maîtrise de soi
Stabilité émotionnelle
Leadership
Ouverture d'esprit
Capacité d'écoute
Gestion, planification et organisation
Sens de l'observation
Analyse et résolution de problèmes
Esprit de synthèse
Empathie
Gestion du stress
Vivacité d'esprit
Dynamisme

Employeurs potentiels

À son compte
Associations sans but lucratif
Agences de publicité
Bureaux de services-conseils en gestion de personnel
Centres hospitaliers
Centres d'accueil
Centres de réadaptation
Centres sportifs
Centres de loisirs
Firmes en communication
Municipalités
Entreprises privées
Institutions financières
Bureaux de formation et de consultation
Entreprises coopératives
Entreprises de télécommunication
Médias
Organismes publics et parapublics
Hydro-Québec
Universités
Établissements d'enseignement
Organismes communautaires
Organismes du domaine de la coopération internationale
Services de recherche

CONCLUSION

La lecture de ce document vous a sans doute permis d'avoir une meilleure connaissance du domaine des communications.

Rappelez-vous qu'en plus des considérations déjà évoquées (intérêts, habiletés, diversité des champs d'application), l'environnement de travail est également à considérer.

De façon générale, les professionnels de ce milieu le définissent comme un lieu de diffusion d'informations, d'organisation et de planification d'activités diverses. Il concerne des actions visant à influencer, à représenter et à promouvoir. Il vise également à faire connaître une idée, un concept, un organisme ou encore un projet auprès de clientèles diversifiées.

Enfin, il demeure important de s'assurer que vos valeurs rencontrent celles du domaine choisi, ce qui vous permettra de mieux vous engager professionnellement et, par la même occasion, de retirer davantage de satisfaction dans vos études et votre carrière.

Bonne continuité dans votre cheminement personnel et professionnel!

Mise à jour Juin 2021

Centre d'aide aux étudiants
Pavillon Maurice-Pollack, local 2121
418-656-7987
www.aide.ulaval.ca

RÉFÉRENCES

Programmes de formation

Université Laval : Département d'information et de communication www.com.ulaval.ca

Concordia University : Faculty of Arts and Science. Department of journalism http://journalism.concordia.ca

Université d'Ottawa : Faculté des arts. Département de communication http://www.communication.uottawa.ca/fra

Université de Sherbrooke : Département des lettres et communications www.usherbrooke.ca/dlc

Université de Sherbrooke : RELANCE auprès des diplômées et diplômés 2014 www.usherbrooke.ca/sve/relance/relance2016/

UQAM : Faculté de communication https://etudier.uqam.ca/info-etudes/communication

UQAR : Programmes de formation. Baccalauréat en psychosociologie des relations humaines https://www.uqar.ca/etudes/etudier-a-l-uqar/programmes-d-etudes/6634

UQO : Programmes d'études. Module des sciences sociales uqo.ca/mod/sciences-sociales/communication

UQTR : Département de lettres et communication sociale https://oraprdnt.uqtr.uquebec.ca/pls/public/gscw030?owa_no_site=1707

Université de Montréal : Département de communication http://com.umontreal.ca/accueil

TELUQ : Domaines d'études. Communication https://www.teluq.ca/site/etudes/static/programmes.html#CMM

Université du Québec à Chicoutimi : www.uqac.ca/programme/6515-baccalaureat-en-communication-interculturelle-et-mediatique/

Collège radio télévision de Québec : www.crtq.ca/

La Cité collégiale : www.collegelacite.ca/

Collège Lasalle : www.collegelasalle.com/futurs-etudiants/nos-programmes

École du show business : www.ecoledushowbusiness.com/

Cégep de Jonquière : http://www.cegepjonquiere.ca/liste-des-programmes.html#art-et-technologies-des-medias

Institut national de l'image et du son (INIS) : www.inis.qc.ca

Informations sur les professions et le marché du travail :

Le site du Service de placement de l'Université Laval contient plusieurs informations et références www.spla.ulaval.ca/analyses-marche-emploi/flsh/communication_publique

Pour des descriptions de tâches et monographies professionnelles :

Repères : site officiel de l'information scolaire et professionnelle au Québec. Repères est accessible gratuitement pour les étudiants de l'Université Laval. Il est possible d'obtenir un code d'accès au Centre d'aide aux étudiants www.aide.ulaval.ca

Monemploi.com www.monemploi.com/