

LES COMMUNICATIONS ET MOI



Table des matières

Les communications

Un domaine vaste, des programmes variés

Explorer les possibilités.....	1
Définir un objectif.....	2
Les programmes universitaires en communication.....	3
Contingement des programmes.....	8
Les diverses applications du domaine des communications.....	9
1. Rédaction, révision et correction.....	10
2. Journalisme.....	13
3. Publicité, marketing.....	16
4. Relations publiques.....	20
5. Communication et politique.....	23
6. Animation et recherche culturelles.....	26
7. Communication et médias interactifs.....	29
8. Cinéma, radio, télévision.....	33
9. Communication et relations humaines.....	37
Conclusion.....	41
Pour aller plus loin.....	42

Dernière mise à jour : novembre 2024

LES COMMUNICATIONS

Un domaine vaste, des programmes variés

Le monde des communications offre de nombreuses possibilités. Les universités offrent des programmes en communication qui ont 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 également donner accès. Les activités liées à ce domaine ont souvent des limites peu définies. Ainsi, certaines spécialités se recoupent et partagent des points communs. Elles peuvent aussi côtoyer d'autres secteurs, comme celui des arts, de la gestion et de la relation d'aide.

L'étendue des compétences requises pour exercer une profession peut parfois sembler inatteignable et empêcher de l'envisager. Cependant, si vos intérêts se situent dans une profession particulière, la persévérance, la flexibilité et la détermination vous aideront à atteindre vos objectifs.

Cette diversité d'applications dans le secteur peut rendre difficile la compréhension précise de la nature des occupations et compliquer l'identification d'un objectif clair. Cette réalité peut parfois engendrer une certaine insécurité et affecter la motivation. Malgré tout, sachez que la polyvalence et l'ouverture d'esprit associées à ce domaine sont souvent considérées comme des atouts.

Explorer les possibilités

Devant cette complexité, on constate l'importance de faire un choix d'études et de carrière en fonction de ses intérêts, de ses aptitudes et de ses compétences. Pour ce faire, explorer les programmes de formation et s'informer des nombreuses fonctions envisageables sont des étapes essentielles pour clarifier son objectif professionnel. Cette démarche demande du temps et peut parfois être déstabilisante. La quantité d'informations recueillies peut être envahissante tant que vous n'avez pas effectué un tri. Faire le lien entre ses caractéristiques personnelles et les applications diverses des communications permettra de définir progressivement votre projet professionnel.

Définir un objectif

L'approfondissement de vos motivations pour un choix professionnel est important. Par exemple, le domaine des communications peut vous attirer parce que vous appréciez le contact humain, le travail non routinier et la créativité. Il est toutefois essentiel de préciser ce que ces éléments signifient pour vous. Qu'attendez-vous de ces interactions ? Convaincre les gens, les informer ou les aider ? La réponse à ces questions ne mènera pas nécessairement aux mêmes emplois.

Vous devrez également réfléchir à d'autres critères importants. Avoir un objectif professionnel donne du sens à votre projet d'études, renforce votre engagement, facilite la réussite et procure un sentiment de contrôle sur votre avenir. Préciser un but permet aussi de déterminer les activités qui viendront enrichir votre formation (choix de cours, activités parascolaires, implications dans des comités, formations complémentaires) en lien avec l'emploi visé.

Ce document présente les principaux champs d'exercices en communication. Bien qu'il ne prétende pas offrir un portrait exhaustif des emplois dans ce domaine, il vise à faciliter la précision de vos visées professionnelles.

La classification utilisée repose sur les orientations des programmes d'études. Toutefois, cette catégorisation est souvent plus floue dans le marché du travail. Les tâches associées à diverses fonctions peuvent se chevaucher entre plusieurs secteurs, et leurs appellations varient selon les organisations. Par ailleurs, même si les programmes ont chacun leurs particularités, ils peuvent parfois permettre d'accéder à des fonctions associées à un autre programme. Pour compléter votre exploration, vous pouvez :

- Consulter des documents et des sites en lien avec les communications.
- Échanger avec des enseignant·e·s et d'autres personnes étudiantes.
- S'informer auprès des employeurs potentiels ou des professionnel·le·s du domaine.
- Vivre des expériences professionnelles pertinentes.
- Rencontrer des conseiller·ère·s en orientation, en emploi et en information scolaire et professionnelle.



Les programmes universitaires en communication

Voici la liste des formations universitaires en communication au Québec, selon nos dernières mises à jour. En plus des baccalauréats, d'autres formations courtes sont offertes aux 1er et 2e cycles 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 carrière dans le secteur des communications ou encore de s'initier à la recherche. La consultation du site Internet ou du répertoire des programmes des universités concernées aide à évaluer la correspondance entre le programme choisi et l'objectif professionnel visé.

Formations à explorer

Université du Québec à Montréal (UQAM)

[Trouver un programme d'études](#)

1^{er} cycle

BAC Action culturelle

BAC Communications

BAC Communication humaine et organisationnelle

BAC Communication stratégique et relations publiques

BAC Communication (création médias – cinéma)

BAC Communication (création médias – médias interactifs)

BAC Communication (création médias – télévision)

BAC Communication (journalisme)

BAC Communication (médias numériques)

BAC Communication (stratégies de production culturelle et médiatique)

BAC Communication marketing

BAC Communication, politique et société

Certificat en animation culturelle

Certificat en communication

Certificat en communication – médias sociaux et organisation

Microprogramme en communication humaine dans les organisations

	Microprogramme en communication internationale
	Microprogramme en communication stratégique des organisations
	Microprogramme en communication – médias sociaux et organisation
2^e cycle	Microprogramme en communication et santé
	Microprogramme en communication scientifique
	Microprogramme en handicap et sourditude : droits et citoyenneté
	Microprogramme en mentorat
	Programme court en responsabilité sociale des organisations

Université de Montréal
Programmes d'études en communication

1^{er} cycle	BAC en communication et politique
	BAC en pratiques de la communication
	BAC en sciences de la communication
	Majeure en sciences de la communication
	Certificat en communication appliquée
	Certificat en création et gestion de contenus
	Certificat en journalisme multiplateforme
	Certificat en publicité et communication créative
	Certificat en rédaction professionnelle
	Certificat en relations publiques
	Mineure en sciences de la communication
	Microprogramme en rédaction professionnelle

2^e cycle	DESS en édition numérique
	DESS en journalisme
	DESS en récits et médias autochtones

Concordia University
Programmes de 1^{er} cycle

1^{er} cycle	Communication Studies (BA)
-----------------------------	----------------------------

Communication and Cultural Studies (BA)

Marketing (BComm)

Journalism (BA)

Human relations (BA)

Professional Writing (Minor)

Université d'Ottawa

Programmes de 1er cycle

1^{er} cycle

BAC en communication et lettres françaises

BAC en communication et science politique

BAC en communication et sociologie

BAC en communication

BAC en relations publiques et communication

BAC en journalisme

Majeure en communication

Majeure en cinémas du monde

Certificat en rédaction professionnelle et édition

Mineure en cinémas du monde

Mineure en communication

Mineure en rédaction professionnelle et édition

Microprogramme en communication des sciences

Université de Moncton – Nouveau Brunswick

Baccalauréats et autres programmes de 1er cycle

1^{er} cycle

Majeure en information-communication

Université du Québec à Rimouski (UQAR)

Répertoire des programmes

1^{er} cycle

BAC en psychosociologie des relations humaines

Certificat en écritures créatives et professionnelles

Certificat en marketing

Certificat en animation et accompagnement de petits groupes

Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR)

Répertoire des programmes

1^{er} cycle	BAC en communication sociale
	Certificat en communication et médias numériques
	Certificat en rédaction et communication
2^e cycle	DESS en communication sociale
	Programme court en communication sociale

Université de Sherbrooke

Programmes et admission

1^{er} cycle	BAC en communication appliquée
	Certificat en communication appliquée
	Certificat en gestion du marketing
	Microprogramme en rédaction spécialisée
2^e cycle	DESS en communication stratégique
	Microprogramme en communication et multimédia
	Microprogramme en communication et stratégies médias
	Microprogramme en communication stratégique

Université du Québec à Chicoutimi (UQAC)

Programmes

1^{er} cycle	BAC en communication interculturelle et médiatique
	BAC en création 3D pour le cinéma (École NAD-UQAC)
	BAC en création 3D pour le jeu vidéo (École NAD-UQAC et campus Sherbrooke)
	Certificat en animation 3D et en design numérique (École NAD-UQAC)
	Certificat en arts techniques pour le jeu vidéo (UQAC et campus Sherbrooke)
2^e cycle	DESS en design de jeu vidéo narratif (École NAD-UQAC)

Université TELUQ

Programmes

1^{er} cycle

BAC en communication

Certificat en analyse des médias

Certificat en communication organisationnelle

Certificat en relations publiques

Programme court en communication appliquée aux relations publiques

Programme court en médias, information et rapports sociaux

Programme court personnalisé en communication

Université Laval

Trouvez un programme d'études

1^{er} cycle

BAC en communication publique

Certificat en communication publique

Certificat en marketing

MP en pensée critique et dialogue

2^e cycle

DESS en relations publiques

MP en communication et journalisme scientifiques

MP en administration des affaires – communication marketing sur les nouveaux médias

Université du Québec en Outaouais (UQO)

Programmes de 1^{er} cycle

1^{er} cycle

BAC en sciences sociales – concentration communication

Majeure en communication

Certificat en communication sociale et publique

Certificat en information et médias numériques

Programme court en relation client et marketing (campus Saint-Jérôme)

Contingentement des programmes

On observe un contingentement dans plusieurs programmes de baccalauréats et de certificats en communication. Cela signifie que l'on prend en considération la qualité du dossier scolaire pour les admissions et qu'on accepte un nombre limité de personnes.

Le contingentement et les critères de sélection peuvent changer annuellement et diffèrent selon les établissements. **À titre indicatif**, les cotes R des derniers collégiens admis peuvent varier entre 21 et 28 parmi les programmes de communication offerts dans les établissements du Québec.

Aussi, les politiques d'admission peuvent être différentes en lien avec votre statut de candidat. On peut vous considérer comme un candidat universitaire ou collégien. 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

Dans les pages qui suivent, nous vous présenterons 9 secteurs de spécialisation associés au domaine des communications :

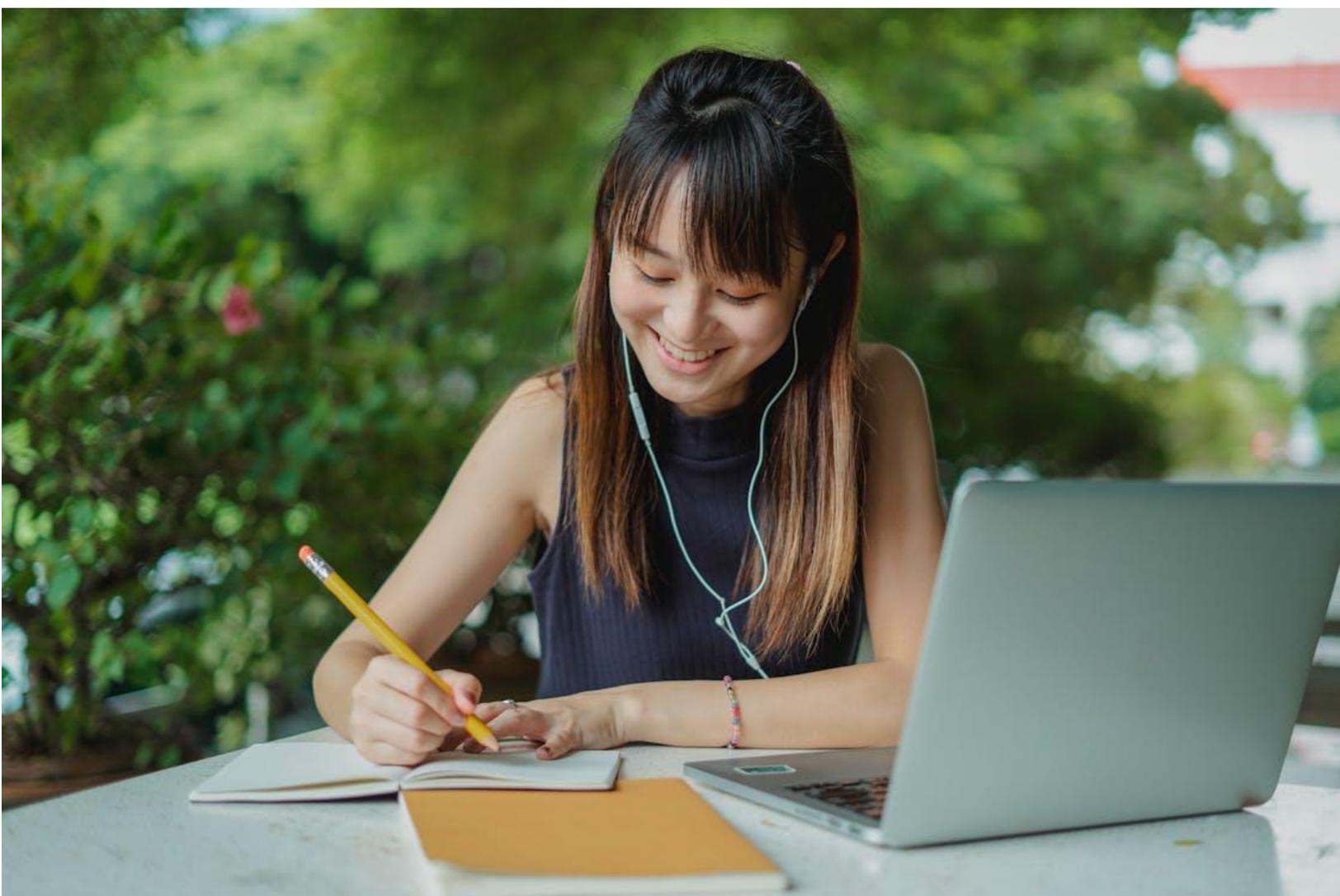
- Rédaction, révision, traduction
- Journalisme
- Publicité et marketing
- Relations publiques
- Communication et politique
- Animation et recherche culturelles
- Médias interactifs
- Radiotélévision et cinéma
- Communication et relations humaines

Pour chacun de ces secteurs, vous trouverez :

- Une description des compétences, des personnalités et des intérêts associés
- Des exemples de tâches accomplies
- Des titres professionnels possibles et des exemples d'emplois
- D'autres programmes à explorer, en dehors du baccalauréat en communication

1. Rédaction, révision et correction

On observe du contenu de communication partout, en passant des livres aux boîtes de céréales! Derrière tout cela, on découvre des personnes qui effectuent la vérification, la conception, la réalisation et la mise à jour de ces diffusions. Elles évaluent et révisent des **manuscrits**, des **articles**, des **bulletins**, des **descriptions**, des **documents techniques ou d'information**, des **textes administratifs**, des **infolettres**, des **blogues**, du **matériel didactique**, des **chroniques**, des **fiches produits** et des **publicités**. Ces contenus sont publiés sous forme diverse : sites Internet, radio, vidéo, podcast, télévision et formats imprimés (livres, revues, journaux, dépliants, catalogues, affiches, emballages...).



Les personnes qui œuvrent dans ce secteur peuvent aussi exercer des fonctions de **coordination** (par exemple, organiser les activités des correcteur·trice·s, des graphistes et des rédacteur·trice·s lors de la publication d'un ouvrage). Elles peuvent aussi remplir des fonctions de **gestion** de la documentation.

Pour qui ?

Rigueur, minutie, exactitude, capacité de synthèse et esprit d'analyse vous caractérisent. Vous aimez vérifier la justesse des informations, lire, effectuer des recherches et vous documenter. Vous prenez plaisir à détecter les erreurs et à proposer des correctifs en respectant les règles de l'art en matière de rédaction, de syntaxe et de langue française. Un peu de créativité s'avère parfois de mise, pour trouver des façons originales de résoudre des problèmes langagiers et de répondre aux besoins des organisations et des clients qui vous confient leur mandat.

Vos devises : discrétion, intégrité, précision, éthique, indépendance et respect des règles.

Quelles sont les tâches possibles ?

- S'assurer que les épreuves correspondent soigneusement au document qu'un client désire produire.
- Vérifier la mise en page du document.
- S'occuper de l'uniformisation des textes et des formulations.
- Repérer des erreurs typographiques, relever des fautes d'orthographe, de syntaxe et souligner des irrégularités ou coquilles.
- Rédiger et mettre à jour des documents techniques variés (ex. : manuels, bases terminologiques, catalogues ou guides de procédures qui fournissent des renseignements par rapport à un produit, un système ou un processus) pour une utilisation et compréhension adéquate par le public cible.
- Collaborer avec la clientèle et les spécialistes d'un domaine en particulier (ex. : politique, informatique, culture, arts, sciences, gestion, transport, psychologie...).
- Participer à des réunions d'équipe.
- Lire et réviser des textes destinés à la publication.
- Réorganiser du contenu, vérifier l'exactitude des données et des citations fournies par un auteur, ou encore raccourcir ou allonger le texte.
- S'assurer de la qualité de la langue utilisée, afin que les personnes comprennent bien le message véhiculé.
- Traduire des textes dans une langue donnée (français, anglais, italien, allemand, espagnol...).

Exemples d'emplois possibles

Adjoint·e aux contenus, réviseur·e, traducteur·trice, conseiller·ère en rédaction, rédacteur·trice, rédacteur·trice principal·e, assistant·e éditorial·e pigiste et chargé·e de projet sont quelques déclinaisons possibles retrouvées dans les offres d'emploi. On retrouve ces appellations dans des contextes aussi variés que :

- La Caisse de dépôt et placement du Québec, dans le domaine de l'économie
- Une société d'édition d'un magazine spécialisé en plein air
- Un site Web et un magazine qui couvrent l'actualité de l'industrie des télécommunications
- Une entreprise de conception de jeux vidéo (ex. : traduction de l'italien à l'anglais)
- La rédaction marketing pour un fournisseur de solutions de test et d'assurance de services
- La rédaction Web pour une entreprise spécialisée en marketing et gestion de marque
- La traduction d'un contenu francophone vers l'anglais pour une agence numérique
- Le site Web d'une boutique de vêtements en ligne
- Un service de rédaction professionnelle de CV
- La société des musées du Québec, le Musée des Beaux-Arts
- Une compagnie de croisière et d'excursion (pour les communications de leur site Web)
- La rédaction de contenu spécialisé en ressources humaines pour la Chambre des commerces
- La gestion de projet pour les publications d'une municipalité
- La rédaction de planification successorale dans une institution financière
- La traduction de documents techniques pour la filière internationale d'une entreprise de l'industrie automobile

Types de formations à explorer

Communications ● Rédaction professionnelle ou spécialisée ● Édition ● Écriture et style (Ottawa) ● Communication et lettres françaises (Ottawa) ● Écritures créatives et professionnelles (UQAR) ● Certificat en création et gestion de contenus (UdeM) ● Certificat en écritures créatives et professionnelles (UQAR) ● Baccalauréat en études littéraires et culturelles (Sherbrooke) ● Communication scientifique (UQAM) ● Communication et santé (UQAM) ● Communication stratégique des organisations (UQAM) ● Professional Writing (Concordia) ● Microprogramme en pensée critique et dialogue (UL) ● Études littéraires ● Linguistique ● Traduction ● Langues ● DESS en Édition numérique (UdeM) ● Autres disciplines pertinentes à l'emploi (ex. : sciences et droit pour les rédacteurs juridiques, scientifiques et médicaux).

2. 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 (journaux, magazines) ou pour des reportages diffusés à la radio, à la télévision, sur les médias sociaux ou sur le Web.



Ces personnes peuvent aussi exercer des fonctions de **coordination** et de **supervision**. Par exemple, elles pourraient coordonner une équipe de recherchistes, de rédacteur·trice·s et de collaborateur·trice·s pour s'assurer de la qualité du contenu.

Pour qui ?

Vous êtes une personne curieuse, engagée, débrouillarde, informée, entreprenante, aimant les histoires, recherchant la vérité et aimant rencontrer des gens. Vous valorisez la rigueur de vos sources d'information, l'intégrité et la diffusion de l'information. Vous souhaitez ouvrir les esprits, débattre et exprimer vos opinions. Le domaine du journalisme, dans ses multiples facettes, peut rejoindre plusieurs de ces caractéristiques.

Votre capacité d'écoute, votre humanité, votre capacité à mettre à l'aise, à diriger une entrevue, à poser les bonnes questions, à aller au-devant et votre empathie par rapport à l'expérience des autres vous aideront aussi dans votre cueillette d'information, notamment dans un contexte où il est question d'accueillir les propos d'une personne qui se confie à vous.

Vous faites preuve aussi d'une bonne capacité d'adaptation, par exemple si votre travail demande de couvrir des événements divers, empreints parfois d'imprévisible (un festival, une manifestation, un pays inconnu, une conférence de presse, une intervention policière, le lieu d'un sinistre...).

Vos devises : courage, objectivité, humanité, esprit critique, curiosité, vérité, liberté d'expression.

Quelles sont les tâches possibles ?

- Animer et présenter, à la télévision ou à la radio, des émissions d'information, d'actualités, de variétés, à caractère artistique ou à caractère sportif.
- S'entretenir avec des invité-e-s ou des collaborateur-trice-s et gérer le déroulement d'une émission.
- Présenter des pièces musicales et des messages publicitaires.
- Préparer et présenter des textes informatifs radiodiffusés, télédiffusés ou publiés dans les quotidiens, les magazines, les sites Internet et sur mobile.
- Se tenir à l'affût de l'actualité, lire les nouvelles de l'heure, visionner des vidéos et surveiller ce qui est diffusé dans d'autres médias.
- Décider de quelle information sera traitée et à quel moment elle sera transmise.
- Rédiger ou préparer des chroniques ou des articles spécialisés sur des événements et des personnalités des domaines social, politique, sportif ou économique ou sur des lieux d'intérêt particulier en vue de leur diffusion périodique par différents médias.
- Lire des livres, visiter des expositions, assister à des représentations théâtrales ou cinématographiques ou à des concerts.
- Donner son appréciation à un lectorat ou un 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.
- Écrire des textes d'opinion reflétant sa pensée, et parfois celle d'une direction, sur des sujets d'actualité destinés à être publiés dans un journal ou une revue.

- Proposer des sujets d'éditoriaux en vue de stimuler l'opinion publique et afficher des tendances au cours de rencontres du conseil de rédaction.
- Assurer la prise de photos et tourner ses propres images sur le terrain.
- Créer du contenu et trouver des idées créatives de billets (*posts*) sur un blogue.
- Participer à des rencontres d'équipe pour des idées de contenu.
- Couvrir et analyser des événements pour la télé et pour le numérique.
- Monter une revue de presse pour son équipe.
- Diriger une équipe de journalistes, s'assurer que l'ensemble des textes produits respecte la ligne éditoriale du média et de la qualité des informations diffusées.

Exemples d'emplois possibles

Plusieurs appellations sont possibles : journaliste, vidéojournaliste, photjournaliste, journaliste-pigiste, reporter, correspondant-e, rédacteur-trice de nouvelles, chroniqueur-euse, commentateur-trice-analyste, descripteur-trice, chercheur-trice, journaliste à la recherche, interviewer, enquêteur-trice d'opinion, journaliste numérique, journaliste multiplateforme, journaliste multifonction, journaliste mobile, journaliste d'investigation, journaliste d'enquête... À titre indicatif, voici quelques exemples :

- Blogueur-euse pour un site Web (voyages, cuisine, science, actualités)
- Chef de pupitre pour une salle de nouvelles
- Journaliste au pupitre numérique pour un quotidien
- Descripteur-trice de matchs ou de performances sportives diffusés sur différentes plateformes
- Journaliste scientifique pour une agence visant à alimenter les médias sur des sujets scientifiques
- Directeur-trice de l'information pour une station de radio
- Reporter des marchés dans le domaine des finances de l'investissement
- Chercheur photo pour un quotidien pour la mise en valeur de l'information
- Superviseur-euse de contenu pour une émission d'actualité culturelle, politique et sportive
- Journaliste spécialisé-e sur les réseaux sociaux

Types de formations à explorer

Baccalauréat spécialisé en journalisme numérique (Ottawa) ● Journalisme multiplateforme (UdeM) ● Journalisme visuel (Concordia). En plus des communications, une personne 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, lettres, histoire, etc.).

3.Publicité, marketing

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



En plus d'adresser la vente et la promotion de produits et de services, ce domaine touche aussi la publicité « sociale ». C'est-à-dire celle qui cherche à sensibiliser, à modifier les comportements, à promouvoir et à éduquer. On n'a qu'à penser, par exemple, aux campagnes de sensibilisation à l'activité physique et aux bonnes pratiques pour protéger l'environnement.

Pour qui ?

Voilà un domaine où il est possible d'exprimer sa créativité, de prendre des initiatives et de proposer des idées! Notamment lorsqu'il est question de trouver des concepts accrocheurs en publicité, permettant d'atteindre les objectifs de marketing auprès des populations visées.

Si vous avez un intérêt pour le monde des affaires, une partie de votre personnalité comporte peut-être une dimension compétitive, entreprenante, déterminée, de même qu'une capacité à convaincre et des compétences en leadership. Vous aimez définir des objectifs de rentabilité, vous êtes motivé-e par les bénéfices, par le progrès et vous connaissez les besoins de la clientèle qui vous intéresse. Si l'environnement vous tient à cœur, vous pourriez aussi valoriser un marketing durable, une consommation responsable et l'achat local.

Un côté analytique et stratégique peut être nécessaire pour effectuer des analyses de marché, voir des opportunités d'affaires, faire des recommandations, proposer des améliorations pour la croissance d'une entreprise et évaluer des stratégies marketing.

Vos devises : originalité, stratégie, croissance, expérience client, valorisation, résultats.

Quelles sont les tâches possibles ?

- Gérer la carrière d'artistes dans un domaine particulier (spectacle, cinéma, théâtre, musique, danse, arts visuels, mannequinat...), par exemple : les présenter à des producteurs et au public afin de les faire connaître, leur procurer des engagements professionnels et négocier leurs contrats.
- Gérer l'agenda de travail d'artistes et conseiller ces dernier-ère-s sur leur image publique et leur carrière.
- Prendre des arrangements concernant la publicité, les relations avec les médias et les événements promotionnels.
- Se charger des projets de communication marketing et en diriger toutes les étapes.
- Produire et développer des outils publicitaires.
- Planifier et contrôler des activités administratives et des activités de communication marketing au sein d'une entreprise.
- Concevoir et rédiger les messages des campagnes publicitaires et les textes associés destinés à promouvoir, auprès du public, des produits commerciaux ou des services dans le but de faire connaître et d'inciter les consommateur-trice-s à se procurer ces produits ou à utiliser ces services.
- Analyser des marchés de la consommation afin de trouver la meilleure façon d'atteindre le public cible et d'y adapter son texte.
- Élaborer et appliquer des stratégies de communication marketing.

- S'occuper de la publicité et des relations avec les médias au nom des organisations, des gouvernements ou des entreprises.
- Planifier et superviser des activités liées à la publicité et à la promotion des ventes de produits ou de services pour le compte d'une organisation, en utilisant différents médias, en vue de rendre les produits et services attrayants et ainsi inciter les consommateur-trice-s à se les procurer.
- Diriger une équipe en vue de concevoir et d'exécuter des stratégies médiatiques ou des campagnes publicitaires et promotionnelles préalablement établies.
- Élaborer et mettre en œuvre des stratégies de promotion, de relation avec les client-e-s, de vente et de distribution des produits ou des services en vue d'accroître le volume des ventes et la rentabilité de l'organisation.
- Étudier les besoins de divers groupes de consommateur-trice-s, entreprendre des études de marché et développer des réseaux de distribution pour les produits ou services offerts.
- 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 d'une campagne publicitaire.
- Concevoir un slogan.
- Présenter des maquettes et des textes à un-e client-e pour approbation.
- Coordonner le déroulement d'une campagne en établissant des contacts avec des médias.
- Analyser des besoins de marketing et de communication d'une organisation en lien avec des tendances du marché et proposer des avenues innovatrices.
- Coordonner des projets liés aux promotions, aux événements internes et externes et aux mises en marché.
- Optimiser l'expérience consommateur à l'aide de communications ciblées et innovantes.
- Analyser et comprendre les besoins d'une clientèle ou d'un public cible.
- Assurer la production des concepts promotionnels en lien avec une image de marque.

Exemples d'emplois possibles

Encore une fois, on retrouve une multitude de possibilités : publicitaire, directeur-trice de création publicitaire, designer de marque, conseiller-ère marketing et marque, spécialiste marketing produit, spécialiste en marketing numérique, analyste marketing, responsable expérience client, coordonnateur-trice de projet marketing et publicité, responsable de communication marketing, gestionnaire de projets de campagnes numériques et multiplateformes, assistant-e à la présence numérique, directeur-trice de marketing relationnel. D'autres exemples :

- Spécialiste de contenu dominical pour une entreprise d'équipement de plein air
- Gestionnaire marketing et présentation visuelle pour la promotion d'une marque
- Responsable de développement des affaires pour une entreprise de vêtements écoresponsables

- Conseiller·ère en stratégie marketing pour une entreprise de télécommunication
- Analyste marketing en intelligence marché pour une entreprise d'usinage de matériaux
- Chargé·e de projet aux communications pour une entreprise de courtage d'assurances
- Conseiller·ère en publicité et promotion
- Conseiller·ère en stratégies de fidélisation pour une agence multidisciplinaire de publicité
- Conseiller·ère en marketing interactif pour un jardin zoologique
- Conseiller·ère en publicité pour un quotidien
- Coordonnateur·trice pour un programme de porte-à-porte pour un organisme de bienfaisance
- Coordonnateur·trice d'activités corporatives pour une entreprise spécialisée en gestion d'événements
- Directeur·trice de tournée
- Gestionnaire ou chargé·e de compte dans des agences
- 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·e publicitaire pour un organisme faisant la promotion du vélo

Formations à explorer

Communications, Administration (marketing) ● Baccalauréat en sciences de la consommation ● Certificat en gestion de la relation consommateur (UL) ● Baccalauréat en communication marketing (UQAM) ● Baccalauréat en communication appliquée (Sherbrooke) ● Maîtrise en Communication (UQAM) ● Gestion du marketing (Sherbrooke) ● Microprogramme de deuxième cycle en communication marketing sur les nouveaux médias (UL) ● DESS en gestion – Marketing, Médias et Marques (HEC Montréal) ● Diplôme en publicité et communication marketing (La Cité collégiale, Ottawa) ● Baccalauréat en design graphique (UL) (UQAM) (UQO).

4. 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 d'une organisation, d'une personne, d'un produit ou de services.



À cette fin, elles déterminent les besoins et attentes d'une clientèle cible. Elles mettent au point des activités et programmes d'information pour faire connaître la nature, le rôle et les réalisations d'une organisation, ainsi que ses produits et ses services. Elles s'occupent d'organiser et de promouvoir des conférences, des événements promotionnels et servent d'agent-e de liaison entre une clientèle et une direction.

Pour qui ?

Vous êtes une personne communicatrice née! Vous êtes de nature sociable et vous aimez parler. Établir des contacts de façon dynamique, avec tact et avec adresse n'est pas un problème pour vous. Vous êtes doué-e pour trouver des manières de transmettre un message et créer l'impact visé. Vous pouvez prendre des initiatives, vous faites preuve de leadership et vous êtes de nature proactive avec les autres. Vous pouvez tout aussi bien travailler de façon autonome qu'en équipe.

Vous préférez peut-être aussi vous tenir loin de la routine. Vous vous adaptez facilement au changement. Vous aimez même parfois travailler sous pression. Un bon exemple pourrait être un contexte de gestion de crise, empreint d'imprévisible et nécessitant d'intervenir rapidement (fausse rumeur qui circule, erreur de communication impliquant un-e représentant-e d'une organisation, accident de travail ou encore décision d'un-e dirigeant-e ayant des impacts négatifs dans la population).

Vos devises : image positive, réputation, confiance, information, clarté, transparence.

Quelles sont les tâches possibles ?

- Traiter des demandes de médias, par exemple pour des entrevues.
- Rédiger des communiqués de presse, des allocutions, des discours.
- Gérer les relations avec les médias pour les projets d'une entreprise.
- Établir un plan de gestion de crise, par exemple dans un contexte de désinformation.
- Développer une présence médiatique à l'international.
- Recueillir, choisir et adapter de l'information en vue d'informer ou de faire la promotion d'un sujet relatif aux activités et services d'une organisation.
- Déterminer le moyen de communication le plus approprié pour répondre aux besoins d'une clientèle, établir le contenu des messages et veiller à sa diffusion.
- Répondre aux demandes de renseignements verbales ou écrites que reçoit une organisation.
- Voir aux communications internes d'une entreprise.
- Supporter les sous-traitant-e-s dans les activités de mise en page et graphisme.
- Administrer et mettre à jour un site Internet / Intranet / Bases d'informations internes.
- Assurer des communications avec des partenaires.
- Agir comme intermédiaire entre une société, une entreprise, une personne, un-e député-e, un-e 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.
- 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.

- Organiser des activités promotionnelles, telles que des conférences de presse.
- S'assurer d'entretenir des relations avec les médias et une clientèle cible.
- Agir à titre de porte-parole d'une organisation.

Exemples d'emplois possibles

Plusieurs déclinaisons sont possibles : relationniste, attaché-e de presse, agent-e/chargé-e de communication, conseiller-ère en relations publiques, adjoint-e à la direction des relations publiques, gestionnaire des communications de crise, directeur-trice/responsable/spécialiste des communications, gestionnaire de réputation en ligne. Quelques autres exemples :

- Porte-parole pour un OBNL
- Coordonnateur-trice des partenariats et du financement pour un organisme d'innovation social
- Chargé-e de projet événementiel et partenariats pour un festival sportif
- Agent-e aux affaires publiques
- Agent-e des relations avec les médias
- Attaché-e politique
- Chef-fe de section - Relations publiques et affaires corporatives
- Chef-fe - Relations avec les communautés
- Expert-e-conseil en collectes de fonds
- Expert-e-conseil en relations publiques
- Responsable des publications imprimées, audiovisuelles ou électroniques
- Responsable des relations de presse, par exemple pour une salle de spectacles

Formations à explorer

Baccalauréats / Maîtrises / Certificats / DESS en communication (relations publiques) • Strategic public relation & Communication management (McGill)

5. 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.



Pour qui ?

Vous avez un esprit d'analyse, un bon jugement, de la confiance en vous et bien sûr, vous êtes habile dans les relations avec les autres. Vous avez de l'intérêt pour la politique, pour la fonction publique et pour les affaires municipales, certes. Mais vous pouvez aussi vous intéresser à l'économie, à la finance, au syndicalisme, à l'administration, à l'environnement, à l'immigration, aux relations internationales, à la justice, aux normes, au transport, à la sécurité publique ou encore à l'urbanisme.

Vos devises : discrétion, intérêt public, respect, tact, rigueur, organisation, disponibilité, anticipation, initiative, prospérité, sens du devoir.

Quelles sont les tâches possibles ?

- Effectuer des recherches et des analyses pour documenter des dossiers.
- Rédiger des notes de réunion, des rapports, des aide-mémoires, des lettres, des notes de service.
- Renseigner et conseiller des membres d'un cabinet ministériel.
- Rédiger des discours/allocutions/déclarations/résumés de débats/éditoriaux/argumentaires.
- Établir des liens avec des citoyen-ne-s pour connaître leurs besoins et préoccupations.
- Conseiller une équipe de communication pour les relations avec les médias.
- Organiser et piloter des relations de presse.
- Accompanyer un-e député-e, un-e ministre ou un-e maire dans ses déplacements.
- 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.
- Sensibiliser un-e parlementaire aux conséquences sociales, économiques et politiques que peuvent avoir ses décisions.
- Assurer le suivi de dossiers relatifs aux domaines d'intervention d'un-e premier-ère ministre, d'un-e ministre ou d'un-e député-e.

Exemples d'emplois possibles

Agent-e de recherche, attaché-e d'administration, attaché-e politique, analyste de sondage, analyste politique, attaché-e de presse, conseiller-ère en communications, conseiller-ère politique, chroniqueur-euse politique, organisateur-trice de campagne électorale, rédacteur-trice politique, responsable des affaires publiques, sont quelques dénominations d'emplois possibles. De façon plus précise :

- Un·e chef·fe de cabinet assumera la coordination, la gestion, la direction des activités d'un cabinet et veillera à ce qu'un·e ministre reçoive tout le soutien nécessaire à l'accomplissement de ses fonctions protocolaires et politiques.
- Un·e conseiller·ère en affaires internationales effectuera des recherches, des études et des analyses sur les territoires sous sa responsabilité, pourra participer à l'organisation de missions à l'étranger, rédiger des documents et défendre les intérêts de sa nation sur les plans institutionnel, politique, culturel, commercial et économique.
- Un·e directeur·trice des communications politique sera responsable des stratégies de communication d'un gouvernement, de la coordination des interventions d'un·e ministre et de la diffusion de messages et de communiqués aux médias.
- Un·e lobbyiste défendra les intérêts d'un groupe, tentera d'influencer les décisions des politicien·nes ou des fonctionnaires, tentera de faire accélérer le règlement de situations particulières, proposera des solutions et participera à des événements susceptibles de lui fournir de l'information sur les tendances politiques et les intentions des dirigeant·e·s.
- Un·e conseiller·ère politique et en communication, dans un cabinet de mairie par exemple, s'occupera des suivis de dossiers de la ville, des activités de rédaction internes et externes, ainsi que des relations avec la presse.

Autres types de formations à explorer

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

6. Animation et recherche culturelles

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



Elles peuvent travailler tout autant dans la planification, la création et l'organisation que dans l'animation et le contact direct avec une clientèle cible. Celle-ci peut être de tous âges et présenter différentes caractéristiques. Il peut s'agir d'une école, d'une institution, d'un organisme, d'une maison d'hébergement, de touristes ou encore de la population en général.

Pour qui ?

La culture, le loisir, le sport, le divertissement, de même que leur accès, leur diffusion et leur développement sont importants pour vous. Vous valorisez probablement l'expression artistique, par exemple le chant, l'art du cirque, les arts de rue, les festivals, les arts numériques, les arts visuels ou le théâtre. Vous aimez l'architecture, le patrimoine, la muséologie, l'histoire, la littérature. Vous pourriez avoir un côté rassembleur, inclusif, organisé, dynamique et sensible à la beauté autour de vous.

Si vous avez un intérêt pour ce secteur, combiné avec un intérêt pour la relation d'aide, vous aimeriez peut-être explorer des domaines tels que l'art-thérapie et la thérapie par le loisir (ludothérapie). Vous pourriez avoir l'ambition, par exemple, de prendre en charge des activités de loisirs thérapeutiques auprès d'une clientèle particulière, présentant un trouble cognitif, un besoin particulier ou un problème de santé mentale.

Vos devises : bonne humeur, enthousiasme, humour, positivisme, plaisir, collaboration, organisation, communauté, découverte, qualité de vie, saines habitudes de vie.

Quelles sont les tâches possibles ?

- Assister des organismes dans la réalisation d'activités, de fêtes et d'événements et agir comme personne-ressource auprès d'eux.
- Identifier et évaluer des besoins exprimés par une population, des associations, des organismes publics, privés et institutionnels dans un secteur d'activités afin de proposer des objectifs saisonniers et annuels en matière de programmes et d'activités.
- Préparer des communiqués destinés aux citoyen·ne·s concernant les informations relatives à une 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 et aider des organismes à présenter leurs projets.
- 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 des villes, des municipalités ou pour tout autre organisme culturel.
- Coordonner des activités et embaucher des animateur·trice·s.
- Élaborer et faire approuver des programmes d'activités.
- Organiser des réunions pour planifier des activités pour les années suivantes.
- Évaluer les objectifs, la portée, le coût et l'impact d'activités.
- Coordonner les activités lors d'un congrès, une exposition ou un événement d'envergure.
- Faire visiter à un·e client·e potentiel·le des infrastructures de congrès ou de réunion disponibles et discuter des menus, prix, équipements nécessaires (audiovisuel ou autre), aménagements des lieux.

Exemples d'emplois possibles

Les déclinaisons sont nombreuses : agent·e de développement culturel, animateur·trice d'activités, coordonnateur·trice de programmes de loisirs, organisateur·trice d'événements, planificateur·trice de congrès, agent·e de promotion des loisirs, animateur·trice de vie étudiante, animateur·trice social·e, guide·animateur·trice, médiateur·trice culturel·le, adjoint·e aux activités de médiation culturelle, récréologue. Entre autres, vous pourriez travailler comme :

- Chef·fe de services loisirs dans une résidence privée pour aîné·e·s
- Agent·e de développement des sports et des loisirs pour une municipalité
- Assistant·e-coordonnateur·trice dans un centre d'activités communautaires et culturelles
- Coordonnateur·trice aux arts de la scène et à la programmation de spectacles pour un organisme faisant la promotion de la culture, des arts et de l'histoire du patrimoine
- Médiateur·trice culturel·le afin de rendre accessible et de vulgariser du contenu artistique au public
- Médiateur·trice culturel·le afin de concevoir et de coordonner une activité de création d'une œuvre murale sous un thème particulier dans le but de vitaliser les espaces publics
- Animateur·trice d'ateliers de *beatbox* auprès des jeunes pour un OBNL
- Animateur·trice scientifique pour des activités dans des écoles ou en camps d'été
- Animateur·trice d'activités parascolaires pour la ville (sport, sciences, langues, danse, musique)

Autres types de formations à explorer

Administration ● Muséologie ● Études patrimoniales ● Baccalauréat en intervention sportive (UL) ● Certificat en animation culturelle (UQAM) Baccalauréat en action culturelle (UQAM) ● Baccalauréat en culture, loisir et tourisme (UQTR) ● Histoire de l'art ● Histoire ● 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) ● AEC en production d'évènements culturels et corporatifs (École du Show-Business) ● AEC en gestion d'événements et de congrès (Mérici)

7. 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 des réseaux, de graphisme, de conception Web, de design, de développement de projets, de développement de logiciels, d'ergonomie des logiciels, 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, la scénographie, l'imagerie en environnement et même le domaine de la santé.



Cette branche des communications côtoie donc le secteur des technologies de l'information et de la communication (TI) : digital, numérique, informatique, électronique. Les personnes dans ce secteur peuvent assurer des fonctions associées à la gestion, au conseil, à la création artistique, à l'innovation, au développement technologique, à l'analyse, ainsi qu'à la recherche d'informations.

Pour qui ?

Vous êtes une personne **créative**, mais vous aimez la technologie. L'**image**, le **son** et leur qualité, ça vous parle. Lorsque vous naviguez sur un site Web, vous êtes peut-être sensible à son aspect fonctionnel et vous aimez que ce soit beau. Vous aimez utiliser des **outils technologiques** pour communiquer et pour vous divertir : ordinateurs, tablettes, smartphones, webcams, microphones, consoles de mixage, consoles de jeux, synthétiseurs, haut-parleurs, réalité augmentée, applications mobiles et logiciels divers.

En œuvrant dans ce domaine, vous aimez l'idée de communiquer avec les autres à travers un langage visuel et des ambiances sonores. Ce sont les images, les couleurs, les mouvements, la lumière, la musique qui parlent et qui transmettent les messages voulus.

Vos devises : l'esthétisme, l'intuition, l'émotion, le « feeling », l'inspiration, le talent, la rigueur professionnelle.

Quelles sont les tâches possibles ?

- Élaborer des concepts de base de jeux électroniques dans 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 d'un jeu vidéo (développement de mondes, description de lieux, design de personnages, règlements) et prévoir les enchaînements d'événements, de textes, d'images et de sons.
- Créer un concept et un synopsis d'un produit multimédia (site Internet, publication électronique, borne interactive, logiciel de simulation, livre numérique, présentation interactive, musée virtuel, *videocast*).
- Préparer une maquette d'un projet pour guider le travail d'une équipe de production.
- Recommander à ses clients (organismes publics, institutions, entreprises privées), à titre d'expert-e-conseil en multimédia, des produits qui répondent à leurs besoins et qui correspondent à leurs stratégies.
- Analyser les besoins et les objectifs d'affaires.
- Assumer, dans une entreprise de production multimédia, la responsabilité de l'ensemble des projets multimédias de client-e-s.
- Participer au travail de préproduction, allant du démarchage à la commercialisation, en passant par l'élaboration d'une stratégie d'affaires.
- Intervenir au besoin pour résoudre les problèmes de ressources humaines, technologiques, financiers, d'échéanciers ou de production.
- Voir à des négociations d'ententes légales en matière de droits de propriété intellectuelle sur des contenus, en matière d'informatique, de télécommunications et d'audiovisuel.

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

Exemples d'emplois possibles

De nombreuses appellations sont possibles : concepteur-riche et idéateur-riche de jeux vidéo ou de produits multimédias, conseiller-ère en communication électronique, directeur-riche de production multimédia, webmestre, graphiste multimédia, coordonnateur-riche de mise en ondes aux médias électroniques, responsable- créateur-riche de contenu numérique, chef-fe de projet multimédia, analyste de contenu multimédia, spécialiste en réalité virtuelle, consultant-e en stratégie digitale, consultant-e multimédia, créateur-riche de contenu Web et médias sociaux. Voici quelques exemples en contexte :

- Conseiller-ère en communication et médias sociaux pour une société de transports en commun
- Stratège numérique pour le site Internet d'une entreprise de commerce au détail de produits de domotique
- Artiste en modélisation pour une société de production de films d'animation
- Conseiller-ère et concepteur-riche en formation e-learning (solutions d'apprentissage en ligne) pour les employés d'une entreprise de commerce au détail d'équipements sportifs
- Spécialiste ou concepteur-riche expérience utilisateur pour une entreprise développant des applications mobiles éducatives
- Bibliothécaire technonumérique pour un cégep (diplôme en sciences de l'information requis)

Autres types de formations à explorer

Baccalauréat en communication, médias numériques (UQAM) ● Baccalauréat en communication, création médias - médias interactifs (UQAM) ● Baccalauréat en art et science de l'animation (UL) ● Baccalauréat en création numérique (UQAT) ● Baccalauréat en sciences du multimédia et du jeu vidéo (Sherbrooke) ● Maîtrise en création numérique (UQAT) ● Création 3D (UQAT) ● Création de jeux vidéo (UQAT) ● Animation 3D et design numérique (UQAC).

COMM/TECHNO + Sciences

Informatique ● Génie informatique, génie logiciel ● Géomatique appliquée à l'environnement

COMM/TECHNO + Marketing

Maîtrise en gestion transformation numérique des organisations (HEC) ● Maîtrise en gestion expérience utilisateur (HEC)

8. 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, vidéographie, mise en ondes, archivage).



Certaines personnes s'intéresseront à la création, notamment à l'élaboration d'une histoire ou d'un scénario. D'autres s'occuperont des aspects techniques, tels que le montage, la recherche ou la captation vidéo. Il est aussi possible d'exercer des fonctions de **coordination**, de **gestion** et de **direction**, par exemple d'une équipe de tournage, d'acteurs ou encore, en gérant des budgets et des ressources matérielles.

Pour qui ?

Une grande part de votre personnalité comporte des dimensions artistiques. Vous avez des idées et vous avez besoin de les exprimer. Vous avez une sensibilité à l'esthétisme, vous êtes intuitif·ve et vous avez « l'œil », comme on dit. Vous vous intéressez probablement à la photographie, à la vidéo et à l'audiovisuelle. Si, par ailleurs, vous avez un attrait particulier pour le cinéma d'animation et pour le jeu vidéo, vous pourriez être attiré·e·s par les sciences de l'animation et de synthèse d'images (section 7 : Communication et médias interactifs).

Vous aimeriez peut-être côtoyer l'univers de la production sonore et visuelle, mais en exprimant votre nature concrète, manuelle et organisée. Que ce soit sur le plan technique ou sur le plan de la direction, vous deviendriez ainsi une personne clé auprès des artistes dans le cadre d'une production cinématographique, radiophonique, musicale ou d'arts vivants (danse, théâtre, cirque, par exemple).

Vous avez aussi une aptitude à prendre des décisions rapidement et à bien fonctionner sous la pression. Sur un lieu de tournage ou de captation sonore, vous pouvez garder votre sang-froid face aux imprévus et faire preuve de patience.

Vos devises : créativité, fantaisie, liberté, originalité, ambition, passion, expression, impact, « effet wow », sens des responsabilités.

Quelles sont les tâches possibles ?

- Planifier des horaires de doublage de comédien·ne·s et directeur·rice·s de plateau.
- Coordonner le matériel nécessaire aux studios d'enregistrement.
- Choisir le contenu d'une émission et planifier les horaires de diffusion.
- Gérer la sécurité et les figurant·e·s sur un lieu de tournage.
- Acheter ou louer des équipements ou des éléments de décor nécessaires à une production.
- S'occuper des finances et de la gestion des coûts d'une production.
- Diriger la partie artistique de productions (cinéma, théâtre, radio, télévision ou multimédia).
- Parcourir le scénario d'un spectacle, d'une pièce ou d'un film pour en déterminer le style.
- Diriger des acteur·rice·s et superviser la conception des décors, ainsi que le choix des costumes, du mobilier et des accessoires.
- Décider de la programmation artistique et assumer la responsabilité de tous les aspects artistiques du contenu, qu'ils soient visuels ou sonores.
- Lire et analyser un scénario, faire une présélection d'acteur·rice·s, consulter leurs agents artistiques, proposer des noms au réalisateur.
- Faire passer des auditions, des entrevues et réaliser des bouts d'essai filmés pour évaluer les qualités des d'acteur·rice·s et leur aptitude à jouer le rôle envisagé.
- Négocier des contrats avec les acteur·rice·s retenu·e·s.
- Planifier le choix et la gestion du matériel et des méthodes de prise de vue.
- Étudier un scénario afin de déterminer les besoins en termes d'images (luminosité, ambiance, intensité des couleurs, cadrage, perspective, effets spéciaux), cibler les prises de vue problématiques et trouver des stratégies pour 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 technicien-ne-s 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.
- Coordonner l'ensemble des opérations nécessaires à la réalisation d'un film ou d'une émission télévisée.
- Définir les besoins en personnel (artistes et technicien-ne-s) en fonction des délais et des budgets établis.
- Négocier les contrats de travail et gérer le budget de production.
- 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).
- 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 un matériel filmé, sélectionner des séquences, choisir les meilleures images, éliminer les images superflues et assembler les séquences retenues.
- Faire des entrevues avec des spécialistes sur un sujet traité dans une production.
- Consulter, en vue de recueillir de l'information, des documents imprimés ou audiovisuels, des bases de données, des banques d'images ou de sons.
- Faire des démarches pour acquérir des documents ou vérifier des droits protégeant des œuvres.
- Préparer des résumés de recherche.
- Contacter des personnes en vue de leur participation à une émission de télévision ou de radio.
- 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.
- S'occuper des demandes d'autorisation, des réservations de salles ou de studios.
- Veiller au bon déroulement des opérations lors du tournage, de la mise en ondes ou de la représentation.
- Écrire des dialogues et établir le déroulement chronologique de l'action à partir d'un thème et fournir des indications techniques sur la mise en scène.

Exemples d'emplois possibles

Coordonnateur-trice d'émission, coordonnateur-trice de production, directeur-trice artistique, directeur-trice de distribution, directeur-trice de la photographie, directeur-trice de production, responsable de plateau, réalisateur-trice, régisseur-euse, scénariste, dialoguiste, cadreur-euse, responsable de la postproduction, coordonnateur-trice aux cascades, vidéographe sont quelques exemples. De façon plus précise, on pourrait retrouver des offres telles que :

- Cadreur-euse, acteur-trice et rédacteur-trice de scénario pour un court métrage environnemental

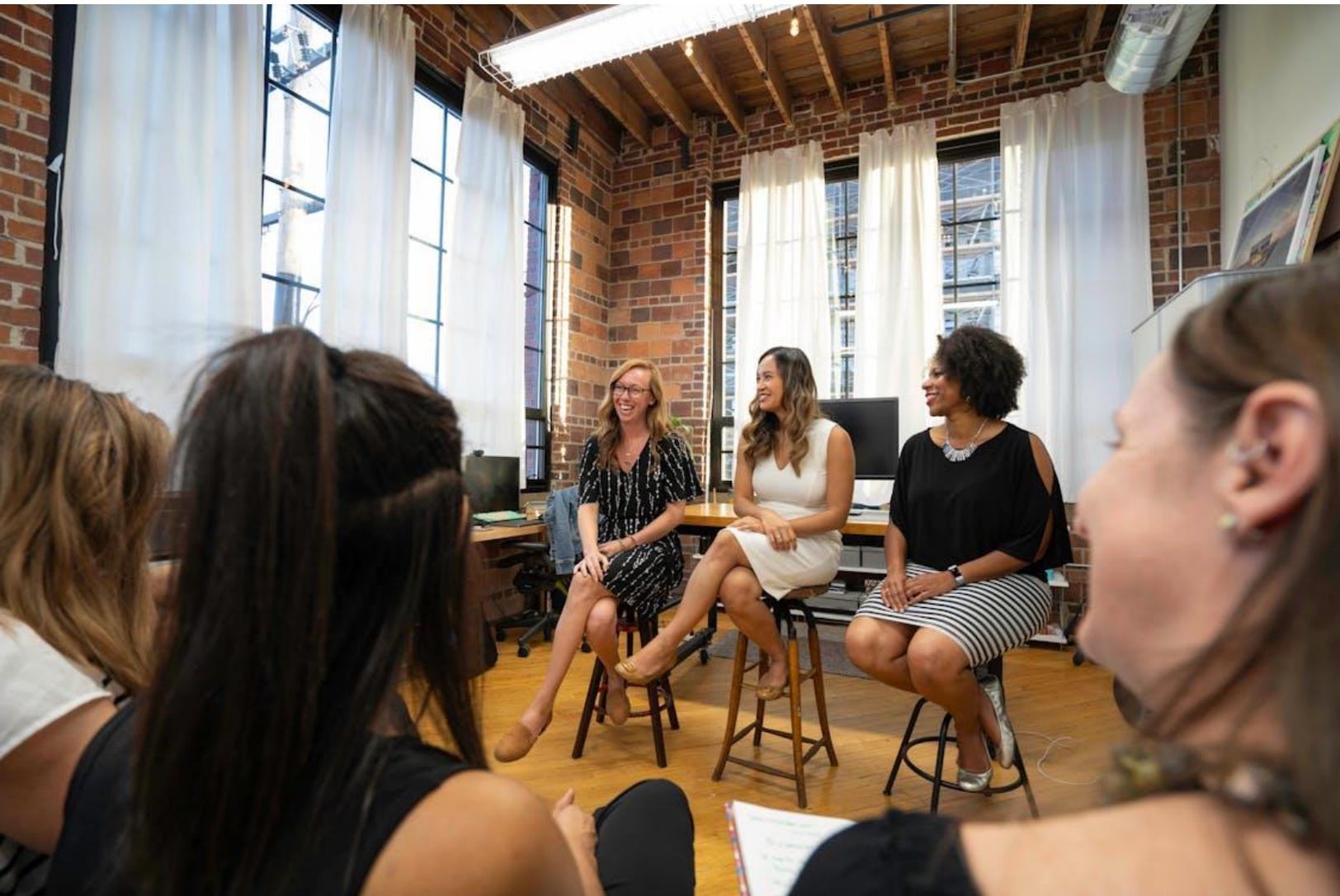
- Conseiller·ère en régie son et vidéo pour des événements numériques tournés en studio pour une institution financière
- Assistant·e/directeur·trice de distribution pour des rôles dans une série télévisée
- Réalisateur·trice-monteur·euse pour promouvoir la programmation d'une agence culturelle de production et de distribution d'œuvres audiovisuelles
- Coordonnateur·trice aux plans de travail pour une entreprise de gestion de contenus audiovisuels.
- Cadreur·euse-réalisateur·trice pour une émission diffusée sur YouTube.
- Recherchiste pour la musique et le contenu d'une émission de radio diffusée à l'international.
- Chef de production de podcasts sous licence Spotify
- Responsable d'organisation et de diffusion d'événements streaming en direct

Autres types de formations à explorer

Écriture de scénario et création littéraire (UdeM) • Études télévisuelles (UdeM) • Études cinématographiques • Art dramatique • Baccalauréat en cinéma et culture numérique (UL) • Baccalauréat en communication, Stratégies de production culturelle et médiatique (UQAM) • École du Show-Business • Art et technologie des médias (Cégep de Jonquière) • Collège Radiotélévision de Québec (CRTQ).

9. Communication et relations humaines

Les personnes travaillant dans 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.



Pour qui ?

Votre côté humain et votre préoccupation pour les autres sont bien présents. Vous avez un intérêt particulier pour la compréhension de la dynamique des **relations interpersonnelles** et des échanges entre les personnes ou entre les groupes. Vous aimez **aider, accompagner, intervenir, conseiller, animer et former**. Vous avez peut-être des intérêts pour la psychologie, la sociologie, la médiation, les ressources humaines, le travail social et le milieu communautaire.

Vos devises : l'écoute, le développement de la personne, l'inclusion, la collaboration, la discussion, l'amélioration des rapports, le bien-être, la bienveillance.

Quelles sont les tâches possibles ?

- Assurer la liaison entre des intervenants internes ou externes.
- Faire l'évaluation des besoins des personnes, d'un groupe ou d'une organisation.
- Coordonner l'implantation et le développement de projets.
- Mobiliser des partenaires.
- Former et définir des besoins en perfectionnement auprès de travailleur·euse·s afin qu'ils-elles optimisent les connaissances nécessaires à leurs activités.
- 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).
- Réaliser des évaluations et des diagnostics psychosociaux.
- Établir des plans d'intervention, ainsi que des programmes de services ou d'activités.
- Élaborer et évaluer des programmes d'intervention dans le but d'aider des groupes à atteindre les buts qu'ils se sont fixés.
- Concevoir des stratégies d'intervention pour aider des groupes à améliorer leurs conditions de vie et à trouver des solutions à leurs problèmes personnels ou sociaux.
- Sensibiliser les personnes à leurs droits et défendre ces derniers.
- Effectuer de la consultation dans le but de favoriser l'adaptation sociale des personnes ou des groupes.
- Organiser des activités sociales, culturelles et sportives (ex. : en milieu scolaire).
- Créer un climat de vie agréable à l'intérieur d'un établissement ou une organisation.
- Gérer un budget, des horaires, locaux ou modalités d'inscription selon les ressources humaines et matérielles disponibles.
- Organiser des activités variées, de nature à susciter la participation du plus grand nombre possible.
- S'assurer que les valeurs de l'organisation sont respectées pendant le déroulement des activités.

- Intervenir auprès d'individus, de groupes et organisations aux prises avec des problèmes liés aux interactions humaines et aux comportements sociaux en vue de faciliter la résolution des problèmes en cause (ex. : conflits interpersonnels, communication déficiente, objectifs imprécis, problème de leadership, besoins de formation).
- Analyser des 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.

Exemples d'emplois possibles

Agent·e socioculturel·le, agent·e d'aide socio-économique, agent·e de développement, agent·e de relations humaines, animateur·trice de vie étudiante, conseiller·ère en emploi, gestionnaire d'équipe, formateur·trice en entreprise, génagogue, organisateur·trice communautaire, agent·e de programme, conseiller·ère en gestion du changement, conseiller·ère en relations de travail, gestionnaire de projet, intervenant·e communautaire, intervenant·e psychosocial·e, psychosociologue. Quelques exemples en contexte :

- Conseiller·ère en emploi auprès d'un organisme spécialisé favorisant l'intégration et le maintien de personnes qualifiées à l'emploi en situation de handicap
- Formateur·trice en milieu de travail auprès des employés dans une entreprise de soins à domicile
- Conseiller·ère en développement des compétences pour les employé·e·s dans une institution financière
- Travailleur·euse de campus pour les services aux étudiant·e·s d'un cégep ou d'une université
- Superviseur·e des formations auprès d'un organisme offrant du soutien et des ateliers de préparation à la vie autonome de personnes adultes vivant avec un TSA.
- Agent·e de relations humaines pour une entreprise offrant des services d'accompagnement biopsychosociaux visant à améliorer les soins dans les régions éloignées

Autres types de formations à explorer

Communication, sociologie, psychologie, orientation, psychoéducation, sexologie, criminologie, ressources humaines, développement organisationnel, éthique, gestion des personnes en milieu de travail, médiation familiale, médiation interculturelle ● Baccalauréat en communication humaines et organisationnelle (UQAM) ● Baccalauréat en psychosociologie des relations humaines (UQAR) ● Communication et études culturelles (Concordia) ● Baccalauréat en communication sociale (UQTR) ● Maîtrises : Développement des personnes et des organisations / Leadership et changement organisationnel (UL) ● Maîtrise en administration : Intervention et changement organisationnel (Sherbrooke)

Conclusion

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

Rappelons-nous : en plus des considérations déjà évoquées (intérêts, habiletés, diversité des champs d'application), l'environnement de travail est également à prendre en compte.

De façon générale, les professionnel·le·s 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 vérifier que vos valeurs correspondent à 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!

Pour aller plus loin

- + [IMT Gouvernement du Québec](#)
- + [MonEmploi.com](#)
- + [Analyses du marché du travail du SDP](#)
- + [Grenier aux emplois en communication](#)
- + [Isarta : offres d'emploi en communication, numérique, graphisme, marketing](#)
- + [REEL Canada : Carrières dans le cinéma](#)
- + [Métier Québec](#)



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