

PROGRAMMES EN COMMUNICATION

Scénariste Critique Attaché de presse Éditorialiste Journaliste Réalisateur
Reporter Chroniqueur Critique Attaché de presse Éditorialiste Journaliste Réalisateur
Agent de communication Développeur de jeux interactifs Attaché de presse Éditorialiste Journaliste Réalisateur
Concepteur Web Animateur Monteur image et son Journaliste Réalisateur
Coordinateur de la publicité Scripteur Animateurs 2D et 3D Superviseur d'effets spéciaux Journaliste Réalisateur
Attaché politique Éditeur Conseiller en communication Journaliste Réalisateur
Chargé de relations publiques Éditeur Conseiller en communication Journaliste Réalisateur
Rédacteur de nouvelles Éditeur Conseiller en communication Journaliste Réalisateur
Rechercheur Technicien de son Producteur Directeur artistique Réalisateur
Formateur Analyste de sondages Publicitaire Agent de communication Réalisateur
Gestionnaire de projet

Programme en communication (UQTR)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
Communication sociale	<p>Formation centrée sur la compréhension des processus de l'interaction sociale.</p> <p>Acquisition des habiletés nécessaires pour devenir intervenant de première ligne dans divers milieux de travail.</p> <p>Développement de la capacité d'analyse et de synthèse, de l'esprit critique, de la maîtrise des outils de travail et de la démarche des sciences sociales et de la communication. Ces notions les prépareront à exercer leurs compétences au sein de divers organismes ayant un impact social ou une utilité publique, ou d'entreprises privées œuvrant dans le domaine de la communication.</p>	<p>-Agent de communication; -Agent d'information; -Chargé de mission; -Conseiller en communication stratégique; -Relationniste; -Agent de développement; -Emploi dans les médias; -Emploi en publicité;</p> <p>Milieux : organismes gouvernementaux; paragouvernementaux; entreprises privées ou milieux communautaires.</p>	<p>DEC</p> <p>Programme non contingenté</p>	<p>Formation polyvalente (communication écrite, graphique, télévisuelle, organisationnelle et relations publiques).</p> <p>Apprentissages par projets (réalisation de documentaires, d'activités, d'outils).</p> <p>Choix de cours optionnels dans les blocs :</p> <p>A) Le groupe, l'organisation et la communauté; B) La sphère publique; C) Rédaction en communication sociale.</p>

Programmes en communication (Université de Montréal)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
Sciences de la communication	<p>Concevoir, planifier et organiser des stratégies de communication et réaliser des travaux de recherche en communication.</p> <p>Aborder les questions sous-jacentes à la communication afin de proposer de meilleures stratégies communicationnelles dans un monde en constante évolution.</p>	<p><u>Domaine de la publicité et des relations publiques</u> : développement stratégique; à la recherche ou aux sondages; aux relations médias ou à la gestion de comptes publicitaires; aux stratégies et à la création d'outils de communication interne.</p> <p><u>Domaine des médias</u> : conception; recherche; rédaction; réalisation, etc.</p> <p><u>Milieus</u> : Organismes gouvernementaux, de grandes et petites entreprises, des firmes-conseils, des municipalités, des commissions scolaires, des organismes culturels, le milieu communautaire.</p>	<p>DEC</p> <p>Cote R variable selon la capacité d'accueil limite</p>	<p>Choix entre 4 orientations (jusqu'à 30 crédits) dès la 2^e année</p> <ul style="list-style-type: none"> -Médias et culture; -Communication organisationnelle; -Communication et technologie; -Orientation générale. <p>Possibilité de compléter le baccalauréat en deux ans, en faisant six trimestres consécutifs (automne, hiver, été).</p> <p>Possibilité d'une reconnaissance de certains cours d'ATM se faisant lors du premier trimestre.</p>
Majeure en sciences de la communication	<p>Explorer les fondements des sciences de la communication.</p> <p>S'initier à la communication organisationnelle ainsi qu'aux médias et aux nouvelles technologies.</p> <p>Apprendre à comprendre et à analyser les liens entre médias et la société.</p>	<p><u>Domaine de la publicité et des relations publiques</u> : développement stratégique, à la recherche ou aux sondages, aux relations médias ou à la gestion de comptes publicitaires, aux stratégies et à la création d'outils de communication interne.</p>	<p>DEC</p> <p>Cote R minimale à atteindre et selon la capacité d'accueil limite</p>	<p>Suggestions de mineures ou de certificats pour baccalauréat :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Journalisme; -Marketing; -Relations publiques; -Publicité; -Études cinématographiques.

Programmes en communication (Université de Montréal)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
		<p><u>Domaine des médias</u> : conception, recherche, rédaction, réalisation.</p> <p><u>Milieux</u> : Organismes gouvernementaux, de grandes et petites entreprises, des firmes- conseils, des municipalités, des commissions scolaires, des organismes culturels, le milieu communautaire.</p>		

Programmes en communication (Université de Montréal)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
Communication et politique	<p>Apprendre à analyser les phénomènes politiques et à gérer les communications des partis, groupes et administrations.</p> <p>Comprendre les phénomènes politiques d'un point de vue communicationnel.</p> <p>Développer des stratégies de communication pour des organisations actives en politique.</p> <p>Découvrir les théories et notions de base de la communication et du fonctionnement des médias.</p> <p>Développer une méthode de travail rigoureuse et se familiariser avec les différentes institutions politiques et les processus décisionnels.</p>	<p>-Journaliste; -Analyste de sondages; -Attaché politique; -Responsable des affaires publiques; -Coordonnateur de la publicité; -Conseiller en communication; -Agent de recherche.</p> <p>Les diplômés participent à l'organisation de campagnes électorales, à la mise en œuvre des réformes dans les services publics et à l'élaboration de politiques en matière de télécommunications.</p> <p>Milieus : organismes politiques locaux, nationaux et internationaux, administrations publiques, organismes communautaires, syndicats et groupes de pression.</p>	<p>DEC</p> <p>Cote R minimale à atteindre et programme à capacité d'accueil limité</p>	<p>Baccalauréat bidisciplinaire</p> <p>2 champs de spécialisation : -Communication et organisation; -Communication, médias et technologies.</p>

Programmes en communication (UQAM)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
Animation et recherche culturelles	Concevoir des activités culturelles, promouvoir la démocratisation de la culture et intervenir à l'échelle locale, régionale et nationale.	-Agent culturel; -Agent de développement; culturel et local dans les municipalités et régions; -Animateur à la vie étudiante; -Organisateur d'événements; -Rechercheur.	DEC Programme non contingenté	Intègre la sociologie, la communication, l'histoire de l'art, les études théâtrales et les sciences de la gestion. Un certificat en animation culturelle est disponible.
Communication (cinéma)	Étudier et pratiquer le cinéma de fiction et le documentaire. Se spécialiser en réalisation, en direction de la photographie et en postproduction au cinéma.	-Scénariste; -Rechercheur; -Coordonnateur; -Réalisateur; -Assistant à la réalisation; -Scripteur; -Régisseur; -Directeur de la photographie; -- -Directeur artistique ou technique; -Technicien de son; -Monteur image et son.	DEC Programme contingenté Présélection : Production médiatique : 60 % Cote R : 40 % Important : Voir consignes dans le répertoire.	Choix de trois axes la 2 ^e année : -Réalisation; -Direction de la photographie; -Postproduction visuelle et sonore.
Journalisme	Réfléchir de façon critique au rôle de l'information dans notre société et comprendre les grands enjeux sociaux.	-Agent d'information; -Animateur (radio ou télé); -Attaché de presse; -Chroniqueur; -Conseiller en communication; -Coordonnateur d'émission; -Critique littéraire; -Documentaliste; -Éditorialiste; -Journaliste; -Rechercheur; -Rédacteur de nouvelles;	DEC Programme contingenté Cote R Les candidats choisis en présélection seront convoqués à une séance où ils devront compléter un test de français écrit (seuil de réussite 50 %), un questionnaire de connaissances générales et	Initiation à tous les médias du journalisme : télévision, radio, presse écrite et Internet. Possibilité de se spécialiser dans un domaine particulier : science politique, histoire, droit, langues, etc.

Programmes en communication (UQAM)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
		-Reporter; -Scripteur.	une entrevue. Important : voir détails sur le site Internet pour les critères et la pondération de ceux-ci.	
Communication marketing	<p>Maîtriser les divers aspects des communications : publicité, commandites, relations publiques, marketing direct, etc.</p> <p>Apprendre à établir des stratégies cohérentes et originales pour le positionnement des organisations, au niveau local, national et international.</p>	<p>Milieus :</p> <p>-Entreprises privées (PME ou grandes entreprises, agences de publicité, entreprises de communications médias, cabinets de relations publiques, agences web, firmes-conseils en communication et gestion de crises).</p> <p>-Organismes publics (organismes sans but lucratif ou non-gouvernementaux, groupes citoyens ou syndicats).</p> <p>-À son compte (conseiller, expert-conseil).</p>	<p>DEC</p> <p>Programme contingenté</p> <p>Cote R</p> <p>Note : l'étudiant n'ayant pas les connaissances requises en mathématiques sera admis conditionnellement à la réussite du cours d'appoint MAT1002 - Introduction aux méthodes quantitatives appliquées à la gestion (hors programme)</p>	<p>Programme né du besoin de l'Association des agences de publicité du Québec (AAPQ).</p> <p>Apprentissage de connaissances relatives à l'environnement organisationnel des entreprises. Développement des habiletés en recherche et d'une réflexion éthique et critique face aux pratiques. Le personnel enseignant collabore régulièrement avec des agences de publicité.</p>
Médias interactifs	<p>Se spécialiser dans la création et le traitement de contenus numériques interactifs.</p> <p>Ce programme s'adresse aux gens curieux, créatifs, dégourdis et éloquents qui s'intéressent à l'informatique et qui sont prêts à plonger dans les exigences d'innovation continue des médias en</p>	<p>Milieus : Ubisoft, Vidéotron, Radio-Canada, la SAT, Festival, Élektra, Bell Canada, Moment Factory, Bluesponge, Sid Lee, etc.</p>	<p>DEC</p> <p>Présélection : Cote R</p> <p>Sélection : Les 60 meilleures candidatures (prorata selon les diverses bases d'admission) seront</p>	<p>Applications courantes : les jeux interactifs (sur console ou en ligne), les sites et applications sur le Web, les bornes interactives et les installations artistiques (audiovisuelles, électroniques, robotiques), les communications par technologies mobiles (cellulaire), la performance audiovisuelle (DJ, VJ), la scénographie</p>

Programmes en communication (UQAM)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
	<p>participant à leur évolution. Polyvalence demandée, que ce soit dans les domaines du VJing, de l'Internet, du jeu vidéo, de l'installation artistique ou muséale, de la scénographie dans tout type de spectacle ou même dans l'espace public.</p>		<p>convoquées à une entrevue de sélection définitive.</p> <p>Important : voir tous les critères dans le répertoire.</p>	<p>multimédia (cirque, théâtre, danse), l'événementiel (lancement, promotion) et la conception logicielle.</p> <p>S'ajouteront de nouvelles fonctionnalités : l'hypermédia, la réalité augmentée, la visualisation 3D, les créations de synthèse, la téléprésence, l'intelligence artificielle et les interfaces multi-sensorielles.</p>
<p>Communication-relations humaines</p>	<p>Se spécialiser dans les champs de pratique et de recherche relatifs aux échanges et aux interactions de toutes sortes entre : les personnes; les personnes et les groupes; les personnes et les organisations; les groupes; les groupes et les organisations.</p> <p>Ce programme est centré sur les communications humaines en milieu organisé. Il est utile dans tous les milieux où la communication et les interactions entre les personnes, les groupes et les organisations sont centrales dans la réalisation d'objectifs communs.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Agent d'aide aux employés; -Agents d'aide socio-économique; -Agent de développement; -Agent de service à la clientèle; -Agent de relations humaines; -Agent socioculturel; -Analyste-conseil; -Animateur; -Conseiller en communication; -Conseiller en créativité; -Conseiller en emploi; -Conseiller en gestion du personnel ou en recrutement; -Coordonnateur; -Directeur de services; -Formateur; -Gestionnaire de projet; -Intervenant psychosocial; -Organisateur communautaire. 	<p>DEC</p> <p>Programme contingenté</p> <p>Cote R</p>	<p>Profil intervention internationale.</p> <p>Stage qui peut être réalisé dans une variété de milieux organisés : entreprises privées, organismes publics et parapublics, groupes et organismes communautaires ou d'économie sociale.</p>

Programmes en communication (UQAM)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
Communication-relations publiques	<p>Apprendre à agir comme représentants ou intermédiaires entre les organisations et leurs publics.</p> <p>Domaines : recherche et analyse; planification stratégique; communication interne et externe; promotion (d'idées, de produits ou de services); parrainage et commandite; publications d'événements; relations gouvernementales et relations internationales.</p>	<p>Beaucoup d'étudiants trouvent un emploi avant même d'avoir terminé leurs études.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Agent aux affaires publiques; -Agent d'information; -Agent de communication; -Agent des relations avec les médias; -Agent de publicité; -Attaché de presse; -Attaché politique; -Conseiller en communication; -Directeur des communications; -Expert-conseil en collecte de fonds; -Expert-conseil en relations publiques; -Gestionnaire de service de communication, de relations publiques, d'affaires publiques ou de développement international, d'événements spéciaux; -Organisateur d'événements; -Rédacteur; -Relationniste; -Responsable des publications imprimées, audiovisuelles ou électroniques. -Spécialiste en organisation d'événements ou en commandite; 	<p>DEC</p> <p>Cote R</p>	<p>Accent mis sur la pratique : mandats de communication dans les domaines de la gestion de crise, des relations de presse, de l'organisation d'événements, etc.</p> <p>Les nouvelles technologies sont intégrées à la formation (Photoshop, PowerPoint, InDesign, Dreamweaver).</p> <p>Plusieurs professeurs et chargés de cours œuvrent comme conseillers dans des organisations ou des cabinets de relations publiques.</p>

Programmes en communication (UQAM)

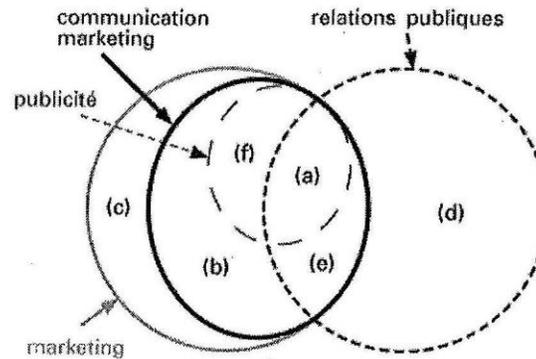
Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
Stratégies de production culturelle et médiatique	<p>Accomplir les tâches liées aux rôles de producteur et de diffuseur et d'analyste.</p> <p>Identifier les différentes étapes du processus de la production médiatique et culturelle, d'en mesurer les déterminants majeurs, de collaborer à la mise en place, le développement, la gestion et l'évaluation de ces projets tout en élaborant une réflexion critique sur leur pratique.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Agent de dev. de publics; -Analyste des auditoires; -Recherche de financement; -Gestion de plateau; -Développement de devis de production; -Mise en marché de produit culturel; -Chargé de programmation; -Chargé de projet; -Organisateur d'événements; -Producteur exécutif; -Responsable du suivi de la scénarisation; -Responsable du budget de production; -Responsable du déroulement des tournages ou des représentations; -Responsable de l'environnement technique; -Responsable des contrats et des aspects juridiques; -Responsable des aménagements scéniques; -Responsable des études de faisabilité financière et technique; -Responsable des recherches «formatives»; -Responsable des bilans de production. 	DEC Cote R	<p>Dès la deuxième année, l'étudiant est amené à choisir une spécialisation. Ce parcours peut permettre à l'étudiant de collaborer avec les étudiants d'autres programmes universitaires en médias créatifs pour ainsi participer à un projet déjà établi.</p> <p>L'étudiant peut aussi choisir un minimum de trois cours de spécialisation dans un même secteur de la production médiatique et culturelle, par exemple en cinéma, en télévision ou en médias interactifs, de manière à inscrire sa formation dans un milieu professionnel précis. L'étudiant peut aussi choisir, avec l'accord de la direction de programme, un parcours multidisciplinaire personnalisé.</p>

Programmes en communication (UQAM)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
Création média- Télévision	<p>Se spécialiser en conception, en réalisation et en animation télévisuelle.</p> <p>Devenir un intervenant critique du domaine des communications médiatiques.</p>	<p>Ce domaine se caractérise par le travail autonome et la rareté des emplois permanents.</p> <p>-Secteur de la pré-production : conception de projets, scénarisation télévisuelle, recherche et documentation, coordination.</p> <p>-Secteur de la production : réalisation, assistance à la réalisation, animation, régie de plateau, caméra, prise de son, éclairage, direction artistique ou technique.</p> <p>-Secteur de la postproduction : montage image et son, vidéo graphisme, mise en ondes, archivage.</p>	<p>DEC</p> <p>Présélection : Production médiatique : 60 % Cote R : 40 %</p> <p>Sélection : Les 60 meilleures candidatures (prorata selon les diverses bases d'admission) seront convoquées à une entrevue de sélection définitive.</p> <p>Important : voir tous les critères dans le répertoire.</p>	<p>L'École des médias fait appel à des professionnels de l'industrie télévisuelle pour donner une formation complémentaire.</p> <p>L'étudiant explore à fond les diverses facettes du travail de réalisation (fiction, reportage, multi caméra, direct, etc.). Il se familiarise non seulement avec l'organisation du travail, mais aussi avec les différents rôles et tâches des membres d'une équipe de télévision. Au cours de sa formation, l'étudiant assume en rotation l'ensemble de ces rôles.</p>
Médias numériques	<p>Comprendre et analyser les médias numériques en prenant en compte leurs dimensions sociales, politiques, économiques et technologiques, ainsi que leurs divers domaines et contextes d'applications (médias socio numériques, cyberculture, concentration et convergence des médias, mobilisation sociale, jeux vidéo, géolocalisation et surveillance, citoyen-reporter, etc.)</p>	<p>Rôle important au sein des entreprises (à titre de spécialistes en stratégies de communication numérique) ou au sein d'organismes de réglementation et de soutien (SODEC, CRTC, Téléfilm, etc.)</p>	<p>DEC</p> <p>Programme contingenté</p> <p>Cote R minimale à atteindre</p>	<p>Le programme est axé sur une réflexion théorique sur l'essor du numérique.</p>

Programmes en communication (UQAM)

Le graphique suivant permet l'identification des principaux rôles de chaque domaine en situant leur répartition ou leur partage.¹



- a. Publicité institutionnelle.
- b. Force de vente et communications ciblées, foires commerciales, emballage, marketing direct, promotion des ventes, etc.
- c. Distribution, logistique, fixation du prix, développement de nouveaux produits, etc.
- d. Relations avec les investisseurs, relations avec la communauté, communications avec les employés, affaires publiques et relations gouvernementales, relations de presse en général, communications de crise et image de marque, communications administratives, contributions philanthropiques, etc.
- e. Promotion des produits ou services, brochures et autres outils d'appui aux ventes, partie des relations de presse, communication de crise et image de marque, commandites, etc.
- f. Publicité traditionnelle dans les mass-médias.

¹ UQAM – Faculté de communication – 10/12/2013

Programmes en communication (Concordia)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
Communication	<p>Combinaison de la production de médias créatifs à l'étude de la théorie,</p> <p>Emphase mise sur diverses formes d'arts médiatiques et observation de comment le sens et les idées peuvent être communiqués par les différents médias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -La rédaction, la réalisation et la production pour le cinéma, la télévision, la radio, Internet et les médias interactifs; -L'édition et la rédaction professionnelle; -La politique médiatique et communicationnelle; -La publicité et les relations publiques; -Les ONG dans le domaine humanitaire et environnemental; -La conception Web. 	<p>DEC</p> <p>Programme contingenté</p> <p>Présélection : Important : Voir les étapes de la présélection dans le répertoire de l'université.</p>	<p>Baccalauréat spécialisé en communication</p> <p>Majeure en communication</p> <p>Majeure en communication et culture</p>
Journalisme	<p>Forme des décideurs capable d'exercer son sens critique et de mener le journalisme dans de nouvelles directions.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Le journalisme; -Les médias imprimés, électroniques et en ligne; -Le droit; -La diplomatie; -Les relations publiques et les communications d'entreprise; -La publicité. 	<p>DEC</p> <p>Programme contingenté</p> <p>Présélection : Important : Voir les étapes de la présélection dans le répertoire de l'université.</p>	<p>Baccalauréat spécialisé en journalisme écrit</p> <p>Baccalauréat spécialisé en journalisme audiovisuel</p> <p>Baccalauréat spécialisé en journalisme/multi plateformes</p> <p>Majeure en journalisme</p>
Cinéma	<p>Apprentissage sur l'art et sur la technique de prise de vues image par image.</p>	<p>Cinéma d'animation :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Emploi en cinéma d'animation; -Designers de personnages; -Bédéiste; -Animateur web; -Superviseur d'effets spéciaux – 	<p>DEC</p> <p>Programme à capacité d'accueil limitée</p> <p>Des études antérieures en arts</p>	<p>Cinéma d'animation</p> <p>-Majeure en animation de film;</p> <p>-Mineure en animation de film</p>

Programmes en communication (Concordia)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
		CGI; -Animateurs 2D et 3D; -Modeleur 3D; -Producteur; -Directeur; -Réalisateur; -Éditeur; -Artiste du cinéma multidisciplinaire. Études cinématographiques : -Musées et galeries; -Archives et librairies; -Conservation de films; -Producteur de films;	peuvent aider les candidats à monter un bon portfolio.	Production cinématographique : -Spécialisation en production cinématographique; -Majeure en production cinématographique. Études cinématographiques : -Spécialisation en études de film; -Majeure en histoire de l'art et études cinématographiques; -Mineure en études cinématographiques.

Programme en communication (Université Laval)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
Baccalauréat en Communication publique	Programme axé sur la communication publique, c.-à-d. sur l'ensemble des phénomènes de production et de diffusion de l'information qui reflètent, créent et orientent les débats et les enjeux publics.	<ul style="list-style-type: none"> -Responsable des communications; -Concepteur publicitaire; -Journaliste; -Rechercheur; -Coordonnateur d'événements; -Attaché de presse; -Coordonnateur média; -Relationniste. 	DEC Programme contingenté Cote R	Concentrations en : <ul style="list-style-type: none"> -Journalisme; -Publicité sociale; -Relations publiques; -Sans concentration.

Programmes en communication (Université de Sherbrooke)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
Communication-marketing	Aborde divers aspects reliés aux relations publiques, à l'audit de communication, à l'éthique et la déontologie, à la création publicitaire, aux comportements de consommation, à la gestion de la marque, au placement média, au commerce électronique, à l'agence et son client, aux promotions des ventes et marketing direct, à l'identité visuelle et au design de l'emballage, aux aspects légaux de la communication.	Professions liées : -Coordonnateur marketing; -Analyste marketing; -Chef de produit; -Directeur d'équipe marketing; -Représentant des ventes; -Conseiller en stratégie Web; -Responsable des comptes clients; -Conseiller publicitaire. Milieux : Agences de communication marketing, agences de publicité, cabinets de relations publiques et services de communication, grandes ou moyennes entreprises, sociétés d'État, gouvernements et institutions d'enseignements.	DEC Programme contingenté	Obtention d'un baccalauréat et d'une maîtrise en 4 ans. Régime coopératif La concentration est offerte à temps complet seulement et est répartie sur trois sessions : automne à Sherbrooke, hiver et été au Campus de Longueuil.
Communication appliquée	Forme des professionnels de la communication, de la rédaction et des médias numériques polyvalents et capables de prendre en charge toutes les étapes d'un projet, de l'idée originale à sa réalisation, selon le contexte de communication et le mode de diffusion.	Cheminement rédaction : -Rédactrice spécialisée; -Journaliste; -Éditeur de contenus Web; -Gestionnaire de communauté; -Réviseur; -Relationniste; -Agent de communication. Cheminement communication : -Stratège publicitaire; -Concepteur Web;	DEC Programme contingenté	La nouvelle structure du programme propose quatre cheminements, c'est-à-dire trois en régime coopératif et un en régime régulier : <ul style="list-style-type: none"> ● Rédaction - coop ● Communication - coop ● Communication marketing - coop (cheminement intégré bac-maîtrise) ● Régulier

Programmes en communication (Université de Sherbrooke)

		<ul style="list-style-type: none"> -Relationniste; -Gestionnaire de communauté; -Agent de communication; -Journaliste; -Coordonnateur d'événements. <p>Cheminement communication marketing :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Gestionnaire en communication marketing; -Conseiller en marketing ou en commercialisation; -Chargé de projets; -Chef de marque; -Analyste marketing; -Gestionnaire de compte; - Rédacteur publicitaire; -Coordonnateur d'événements -Agent de communication. <p>Cheminement régulier :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Coordonnateur d'événement; -Stratège publicitaire; -Concepteur Web; -Rédacteur spécialisé; -Gestionnaire de communauté; -Relationniste; -Agent de communication. 		
--	--	---	--	--

Programmes en communication (UQO)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
Baccalauréat avec majeure en communication	<p>Analyser et comprendre le phénomène global des communications.</p> <p>Saisir les nombreux enjeux entourant les communications dans nos sociétés modernes, de les inscrire dans le temps et d'en trouver une explication.</p>	<p>-Relationniste avec les médias et porte-parole officiel, chargé de communication, attaché de presse;</p> <p>-Agent de gestion de l'image, conseiller en gestion de crise, des enjeux et des défis de l'entreprise;</p> <p>-Agent de promotion, agent de production, représentant en publicité, agent de marketing, agent de publicité, spécialiste du télémarketing;</p> <p>-Directeur des communications, directeur des relations médias, coordonnateur aux relations médias, agent de projet en milieu communautaire;</p> <p>-Agent de recherche dans les milieux gouvernementaux;</p> <p>-Gestionnaire des services de communication, agent de communication, agent d'information, conseiller en communication dans le milieu</p>	<p>DEC</p> <p>Suivre le cours ARU 9003-Atelier de réussite universitaire si la cote R est inférieure à 22 ou si le dossier est jugé faible.</p> <p>Programme non contingenté</p>	<p>60 crédits en communication et 30 crédits au choix</p>

Programmes en communication (UQO)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
		<p>politique ou au sein d'organisations;</p> <p>-Concepteur de stratégies multimédia, web, publicitaires;</p> <p>-Journaliste, affectateur, chercheur;</p> <p>-Organisateur d'événements, de lancements, d'inaugurations, de portes ouvertes, d'expositions;</p> <p>-Rédacteur aux communications, rédacteur de revues, de bulletins, de communiqués, de dépliants et de discours;</p> <p>-Agences de communication;</p> <p>-Médias;</p> <p>-Organisations comportant une division des communications (ex. entreprises privées, agences gouvernementales ou parapubliques, établissements éducatifs, organismes culturels et communautaires);</p>		

Programmes en communication (UQO)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
Baccalauréat en sciences sociales, concentration communication	Analyser et comprendre la communication en tant que phénomène global dans le monde d'aujourd'hui.	<ul style="list-style-type: none"> -Relationniste avec les médias et porte-parole officiel, chargé de communication, attaché de presse; -Agent de gestion de l'image, conseiller en gestion de crise, des enjeux et des défis de l'entreprise; -Agent de promotion, agent de production, représentant en publicité, agent de marketing, agent de publicité, spécialiste du télémarketing; -Directeur des communications, directeur des relations médias, coordonnateur aux relations médias, agent de projet en milieu communautaire; -Agent de recherche dans les milieux gouvernementaux; -Gestionnaire des services de communication, agent de communication, agent d'information, conseiller en 	<p>DEC ou l'équivalent</p> <p>Réussir le cours ARU9003-Atelier de réussite universitaire (si la cote R est inférieure à 22 ou si le dossier est jugé faible)</p>	Majeure disponible

Programmes en communication (UQO)

		<p>communication dans le milieu politique ou au sein d'organisations;</p> <p>-Concepteur de stratégies multimédia, web, publicitaires;</p> <p>-Journaliste, affectateur, recherchiste;</p> <p>-Organisateur d'événements, de lancements, d'inaugurations, de portes ouvertes, d'expositions;</p> <p>-Rédacteur aux communications, rédacteur de revues, de bulletins, de communiqués, de dépliants et de discours;</p> <p>-Agences de communication;</p> <p>-Médias;</p> <p>-Organisations comportant une division des communications (ex. entreprises privées, agences gouvernementales ou parapubliques, établissements éducatifs, organismes culturels et communautaires).</p>		
--	--	---	--	--

Programmes en communication (TÉLUQ)

Programme	Descriptif	Titre d'emplois	Critère/ contingentement	Particularités
Baccalauréat en communication	<p>Se familiariser avec les questions théoriques du domaine de la communication (programme davantage orienté vers le secteur organisationnel).</p> <p>Analyser de façon pratique les enjeux des technologies de l'information et de la communication, tant dans la société que dans les organisations, et acquérir la capacité de participer à l'analyse des ressources et des besoins en communication.</p>	<p>-Responsable des communications dans une entreprise (et autres déclinaisons).</p> <p>Exemples de fonctions : Analyser les plans de communications internes et externes, proposer des solutions aux problématiques du milieu, gérer les modes de communication et leur efficacité, etc.</p>	DEC	<p>Autres programmes disponibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Programme court en communication appliquée aux relations publiques ; -Certificat en analyse des médias ; -Certificat en communication organisationnelle ; -Certificat en relations publiques.