

Les voies vers la profession

Une approche axée sur les résultats qui vise
l'excellence de la formation en relations publiques
et en gestion des communications au Canada.

Le Conseil national
d'éducation



Société canadienne
des relations publiques

Pour une gestion optimisée des
relations publiques et des communications

Remerciements

Le contenu et les recommandations présentés dans ce rapport sont l'œuvre du Conseil national d'éducation et du Sous-comité des normes d'éducation de la Société canadienne des relations publiques.

Le Conseil désire remercier Larisa Morton, responsable de l'éducation au Bureau national de la SCRP et Pierrette Léonard, ARP, FSCR, de leur appui.

Colleen Killingsworth, MCM, ARP, ABC, FSCR*
Présidente, Conseil national d'éducation de la SCRP
Présidente
CK Communications

Dr Terence (Terry) Flynn ARP, FSCR*
Professeur adjoint et directeur
Maîtrise en gestion des communications
DeGroot School of Business, Université McMaster

Fran Gregory, M.Sc., ARP*
Professeure et coordonnatrice de programme
Programmes menant à un diplôme en relations publiques
Conestoga College

Elizabeth Jane Hirst, MA, ARP, FSCR*
Coordonnatrice, programmes de relations publiques et de marketing
Éducation permanente, Université McGill

Jane Stoneman McNichol, BA, MBA, IR-Cert
Professeure agrégée
Chef du programme des relations publiques
Faculté des études en communication
Mount Royal University

Chitra P. Reddin, MA, Ph.D
Professeure et directrice du programme
Bachelor of Public Relations
Humber School of Media Studies & Information Technology

Barbara Sheffield, BA, ARP, FSCR L.M
Vice-présidente
PR/Media Connection

Terri Smolar, BA, B.Ed.
Coordonnatrice du programme de diplôme en relations publiques
Kwantlen Polytechnic University

Dre Amy Thurlow, ARP
Chef du Département des études en communication
Mount Saint Vincent University

Jean Valin ARP, FSCR*
Communications Stratégiques Valin

Joan Yates, M.Ed, ARP*
Doyenne, École de gestion
Camosun College

Ex-officio

Karen Dalton, ARP
Directrice générale
Société canadienne des relations publiques

Sarah K. Jones ARP, FSCR
Associée
Kennedy Jones & Sweeney Inc.

Derrick Pieters ARP, FSCR
Directeur des communications
Ministère de la Justice Canada

* Sous-comité des normes d'éducation de la SCRP

Utilisation du contenu

La Société canadienne des relations publiques entend faire bénéficier les concepteurs de programmes et les corps professoraux des établissements d'enseignement postsecondaire du Canada du contenu de ce rapport, y compris le modèle de programme recommandé et les résultats concernant les différents niveaux des voies vers la profession. Cet outil sera utile aux programmes qui désirent s'engager dans un processus de reconnaissance de la SCRP et qui travaillent dans ce sens.

Les concepteurs de programmes et les établissements doivent prendre note que le contenu de ce rapport est protégé par le droit d'auteur et ne peut être utilisé sans l'autorisation expresse de la SCRP.

Le contenu de la version anglaise paraîtra dans le premier numéro de la revue *Journal of Professional Communication*, Volume 1, No. 1. (Juin 2011) Hamilton (Ontario) : McMaster University, avec l'autorisation de la Société canadienne des relations publiques.

Table des matières

Les voies vers la profession - Aperçu.....	3
Une nouvelle relation pour la SCRP et le corps professoral.....	3
Points saillants du programme des voies vers la profession.....	4
SECTION 1 – Mise en contexte du cadre normatif de la formation.....	5
1.1 – Introduction.....	5
1.2 – Aperçu historique.....	5
1.3 – Rétrospective.....	6
1.4 – Les tendances du marché de l'emploi.....	6
SECTION 2 – Un cadre de travail.....	8
2.1 – Une définition canadienne des relations publiques.....	8
2.1 – L'évolution de la formation en RP et GC au Canada.....	8
SECTION 3 – Principes de planification.....	10
3.1 – Point de vue de la SCRP sur l'industrie.....	10
3.2 – Point de vue sur l'enseignement.....	10
3.3 – L'approche éducative.....	10
3.4 – Intégration des valeurs de la SCRP.....	10
SECTION 4 – Le programme des voies vers la profession pour l'élaboration de programmes éducatifs en RP et GC.....	11
4.1 – Les voies vers la profession.....	11
4.2 – Appliquer le modèle des voies vers la profession.....	11
4.3 – Niveau 1 – La voie technique.....	13
4.4 – Niveau 2 – La voie de la carrière.....	14
4.5 – Niveau 3 – La voie de la gestion.....	16
4.6 – Niveau 4 – La voie du leadership.....	18
4.7 – Niveau 5 – La voie universitaire.....	19
SECTION 5 – Reconnaissance des programmes éducatifs par la SCRP.....	20
5.1 – Reconnaissance des programmes éducatifs par la SCRP.....	20
SECTION 6 – Ressources.....	20
6.1 – Facultés d'enseignement.....	20
6.2 – Groupes de travail pour les facultés et le personnel enseignant.....	20



Les voies vers la profession – Aperçu

Une nouvelle relation pour la SCRP et le corps enseignant :

Pendant plusieurs années, la SCRP, en tant qu'association professionnelle, a travaillé étroitement avec les établissements d'enseignement postsecondaire pour susciter le développement et la mise en œuvre de programmes en relations publiques (RP) et en gestion des communications (GC). Son rôle visait à prodiguer des conseils aux enseignants en matière de pratique courante des relations publiques afin qu'ils les intègrent au curriculum. Au cours des dernières années, plusieurs établissements ont exprimé le désir que nous élargissions notre rôle en procurant des méthodes et du soutien pour normaliser l'élaboration du curriculum et des programmes éducatifs, en vue de la reconnaissance formelle et d'une attestation par la SCRP. Ils recherchaient également des possibilités d'enrichissement de l'expérience d'apprentissage de leurs apprenants par des liens directs avec la profession.

En guise de réponse, le conseil d'administration a mis sur pied son Conseil national d'éducation. Son mandat consistait entre autres à élaborer une vision claire et des lignes directrices qui, du point de vue d'une association professionnelle, comblait les lacunes des programmes en ce qui a trait à la pratique courante. D'entrée de jeu, le projet n'examinait que des critères normatifs pour les curriculums, mais on a vite constaté que la formation en relations publiques au Canada était dispensée de bien des manières et dans une multitude d'établissements indépendants. Tenter, par exemple, d'homogénéiser les critères normatifs en RP et GC à l'échelle nationale tenait de l'utopie. De plus, cela niait la nature unique de la grille actuelle des programmes ainsi que la prise de décision autonome des établissements respectifs. Toutefois, les établissements ont manifesté un intérêt marqué envers la participation de la SCRP et sa reconnaissance formelle des programmes. Par conséquent, afin de concilier ce désir et la nature indépendante des programmes, le Conseil national d'éducation de la SCRP a élaboré le programme des « voies vers la profession » présenté dans ce document.

Le programme des voies vers la profession utilise un modèle de planification de programmes intégrés axés sur les résultats des programmes et sur les recommandations relativement à un cadre de travail pour les cours de formation. Il procure au Conseil national d'éducation de la SCRP une mesure d'appréciation pour reconnaître les programmes et soutenir les apprenants. Mais surtout, il permettra aux établissements d'évaluer leurs propres programmes et fournira un contexte propice à l'élaboration des curriculums actuels et futurs. Nous souhaitons que ce document soit hautement utile aux responsables de formation et anticipons avec plaisir de travailler avec les établissements d'enseignement qui intégreront ce contenu comme point de départ pour le développement ou le renouveau.

Points saillants du programme des voies vers la profession :

SECTION 1 Met en contexte la formation dispensée au Canada par un survol historique, un examen de l'approche de la PRSA aux États-Unis, une revue des tendances actuelles de l'emploi au Canada et le point de vue d'employeurs actuels sur les forces et les faiblesses des diplômés en RP et GC.

SECTION 2 Souligne l'importance d'un cadre de travail pour les programmes de formation actuels au Canada et présente une nouvelle définition canadienne des relations publiques entérinée par le conseil d'administration national de la SCRP.

SECTION 3 Passe en revue les principes de planification qu'a utilisés le conseil dans ce processus, incluant l'intégration des valeurs de la SCRP qui, tout en servant d'énoncé pour la pratique professionnelle, devraient également servir de thèmes généraux pour le contenu des programmes.

SECTION 4 Présente les voies vers la profession et leurs cinq composantes. Les établissements peuvent eux-mêmes déterminer où leurs programmes, futurs et projetés, se situent. Cela est particulièrement important pour les établissements qui désirent s'engager dans un processus de reconnaissance formelle de leurs programmes auprès de la SCRP.

Cette section traite des résultats des programmes pour chacune des voies ainsi que des mesures de performance. Enfin, elle fournit un cadre de travail pour la conception de cours qui peut s'avérer utile tant pour élaborer de nouveaux cursus que pour refondre les cursus existants.

SECTION 5 Traite des approches susceptibles de permettre à la SCRP d'établir des liens avec les établissements d'enseignement et les enseignants et de discuter avec eux de la possibilité d'une reconnaissance formelle de la SCRP de leurs programmes éducatifs.



SECTION 1

Mise en contexte du cadre normatif de la formation

1.1 – Introduction

En tant qu'association professionnelle, la Société canadienne des relations publiques (SCRCP) doit jouer un rôle actif en matière de conseils, afin d'assurer le développement et le maintien de programmes de formation postsecondaire pertinents qui reflètent la théorie, la pratique et les valeurs professionnelles d'aujourd'hui. Elle est de plus investie du mandat de s'assurer du plus haut niveau de professionnalisme dans le domaine et s'y engage en :

- veillant à ce qu'un code déontologique soit en vigueur et respecté;
- élaborant des normes professionnelles au moyen d'un système d'accréditation;
- créant des occasions de perfectionnement qui permettent à ses membres de connaître les enjeux actuels, les tendances et les meilleures pratiques;
- encourageant les meilleures pratiques par le truchement d'un programme de reconnaissance.

1.2 – Aperçu historique

Historiquement, la pratique des relations publiques est reconnue dans les années 1940 comme une fonction d'affaires tant dans le secteur public que privé. Les premiers cours universitaires canadiens dans le domaine se donnent en 1948 et 1949, d'abord à l'Université McGill par M. Leonard Knott et ensuite à l'Université de Toronto qui, en 1949, inaugure ce nouveau cours co-commandité par la Public Relations Association of Ontario et l'Advertising & Sales Club de Toronto. En 1958, une conférence canadienne sur l'éducation met en relief la nécessité d'une formation en relations publiques et reconnaît le travail effectué par des organisations telles que la SCRCP. En 1961, la SCRCP signe son code déontologique professionnel qui établit les normes éthiques de pratique. La formation en relations publiques continue de se développer durant les années 1960 et 1970 partout au Canada grâce au précieux apport des sociétés SCRCP locales. En 1977, les toutes premières normes nationales sur la formation voient le jour grâce à la contribution de la SCRCP, et le programme de baccalauréat en relations publiques est lancé à l'Université Mount Saint Vincent de Halifax.

En 1979, la Fondation des relations publiques et des communications est créée; par son soutien aux initiatives d'éducation, la Fondation vise à favoriser l'acquisition de connaissances dans le domaine et la sensibilisation à l'importance de la pratique des relations publiques et des communications.

En 1985, pour répondre à la demande accrue pour les programmes et les cours partout au Canada, on revisite la filière des normes de formation en même temps qu'on se penche sur le développement d'un processus de révision des curriculums. Il s'ensuit la publication d'un guide sur les curriculums de formation en relations publiques.

Depuis lors, bon nombre de sociétés membres de la SCRCP se sont associées à des établissements postsecondaires pour veiller à ce que les étudiants des régions tirent également profit d'un cadre formatif. Les établissements d'enseignement canadiens ont largement bénéficié de ce soutien, et les conseils d'administration des SCRCP locales y ont grandement contribué en siégeant aux comités consultatifs sur les programmes, en commanditant des programmes d'activités, de bourses et de prix et en encourageant l'adhésion des étudiants et l'élaboration de programmes. Individuellement, les membres de la SCRCP ont aussi mis la main à la pâte en agissant comme chargés de cours et professeurs, conférenciers-invités, mentors et employeurs. Dans quelques cas, la relation était formelle et exigeait l'approbation des programmes académiques par la société membre locale.

Bien que la relation décentralisée ait favorisé l'émergence d'options créatives ici et là, des établissements de formation de première ligne en RP et en GC indiquent qu'ils jugent nécessaire, et en manifestent l'intérêt, de bâtir une relation avec la SCRCP à l'échelle nationale. Parallèlement, la SCRCP nationale a depuis longtemps reconnu que, pour servir au mieux tant les établissements d'enseignement que ses sociétés membres, elle devrait se concentrer sur le cadre normatif des curriculums et le rendement des programmes. Un tel service permettrait d'équilibrer les communautés d'éléments clés de l'offre partout au Canada tout en préservant le volet unique et distinct des programmes éducatifs et de leurs composantes. Ce type de lien peut favoriser une compréhension commune et claire du rendement des programmes RP et GC et permettre une mobilité beaucoup plus grande des talents, du savoir-faire et des habiletés dans le contexte actuel d'une main-d'œuvre particulièrement migrante.

Lorsque la SCRCP a commencé à se pencher sur cette possibilité de service dans les années 1980, les programmes de formation en RP et en GC proliféraient. Concurrément se dessinait la tendance à reconnaître et à comprendre les relations publiques comme un outil de gestion essentiel ainsi que s'ouvraient de nouvelles perspectives de carrière. Sous ce nouveau jour, les programmes délaissaient leur vocation première des arts de la communication et de journalisme pour se diriger de plus en plus vers la gestion.

Afin d'appuyer les établissements et les sociétés membres et d'assurer un niveau de programmation de qualité et raisonnablement uniforme qui respecte les normes de conduite professionnelle, la SCRCP s'est efforcée d'élaborer des lignes directrices générales pour le développement de curriculums actualisés qui correspondent aux valeurs qui priment dans l'exercice professionnel d'aujourd'hui. Ces lignes directrices non seulement collent à la réalité moderne de la profession, mais tiennent également compte des tendances qui se profilent.

Ce rapport est donc présenté comme une entrée en matière aux établissements qui envisagent d'offrir un programme de formation en RP et GC et de munir d'indices de référence les

éducateurs qui désirent réviser les programmes ou les mettre à jour. La SCRP se fera un plaisir de travailler en collaboration avec les établissements qui veulent se conformer aux normes de formation ci-établies, de les soutenir en leur fournissant une programmation de pointe en RP et en GC et, ultimement, de les aider à combler les besoins de la pratique et de leurs apprenants.

1.3 – Rétrospective

En ce qui a trait à l'évolution des RP et GC comme outils de gestion stratégiques, la SCRP, qui a commencé à se pencher sur un cadre normatif dès les années 1980, n'est pas la seule société professionnelle à tenter par son influence, sa capacité et sa responsabilité de circonscrire les critères inhérents à la formation postsecondaire.

La Commission of Public Relations Education (Commission sur l'éducation en relations publiques), chapeauté par la Public Relations Society of America (PRSA), constitue également un chef de file à ce chapitre, travaillant auprès des établissements américains pour qu'ils attestent et accréditent des programmes éducatifs dans le domaine et établissent des normes académiques à respecter qui mènent vers cette reconnaissance. Les rapports *Port of Entry (1999)* et *The Professional Bond (2006)* publiés par la Commission mettent en relief ce qui est attendu en termes de formation et donnent un aperçu des curriculums principalement sur la base des cours recommandés. Ces rapports portent un regard philosophique clair sur la formation en RP tout en reconnaissant l'autonomie des concepteurs de programmes éducatifs et des facultés dans leurs efforts de développement.

Pareillement, la Commission répond à la nécessité de normes tandis que la demande, tant au sein de la profession que des programmes, monte en flèche. Le rapport intitulé *The Professional Bond* affirme ceci :

La croissance dans le domaine de la formation en relations publiques ne se traduit pas qu'en simples chiffres, tel le décompte des inscriptions au programme qui ne cessent d'augmenter, mais également à partir d'autres données relatives à d'autres sphères telles que la communication, le journalisme et des domaines connexes, comme le marketing et la gestion. Par exemple, l'Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) rapportait, dans sa lettre d'information de mai 2005, que, parmi les 197 universités qui ont répondu à un sondage, 280 programmes reliés étaient offerts – 133 en relations publiques, 95 en publicité et 53 en programmes mixtes de publicité et de relations publiques. Depuis l'année scolaire 1992-1993, 14 programmes en relations publiques se sont ajoutés, alors que ceux de publicité ont vu leur nombre diminuer de 25. [Traduction libre]

Autre statistique tout aussi éloquent, la Public Relations Student Society of America (PRSSA) n'a cessé de grossir ses rangs, comptant maintenant plus de 270 sections.

Un rapport émanant de la Leeds Metropolitan University datant de 2008 jette un regard d'ensemble sur la formation en relations publiques. Intitulé *Towards a Global Curriculum*, le rapport souligne que la formation est essentielle à l'établissement de solides assises professionnelles. Sans compter que dans le contexte d'une économie fusionnante, une perspective mondiale des relations publiques qui nécessite une « attitude de planification » requerra une normalisation des approches partagées mondialement, dont l'éducation peut et doit traiter, ainsi qu'une clarification de ce que les PR et GC peuvent - ou ne peuvent pas - faire pour l'organisation.

1.4 – Les tendances du marché de l'emploi

La SCRP a observé une succession de tendances qui indiquent que les occasions favorables aux praticiens des relations publiques et de la gestion des communications se multiplient. En 2006, Ressources humaines et Développement des compétences Canada (RHDC) a fait ressortir que les classifications des emplois relatifs aux RP témoignaient d'une croissance à la fois dans les catégories à temps partiel et à temps plein, offrant des perspectives d'emploi tant sur le plan des communications d'entreprise internes que contractuelles (consultation). Le taux de chômage dans ce secteur est nettement en deçà de la moyenne nationale, se situant à 4,18 % (données de septembre 2009) comparativement à la moyenne nationale de près de 8,01 % (extrait de www.Jobfutures.ca, 2010, NOC Code 5124).

Deux groupes de discussion régionaux formés en 2007 avec des représentants de l'industrie des secteurs public, privé, du transport, du sans but lucratif et des agences ont insisté sur la réelle nécessité que la formation en RP et en GC vienne enrichir le bassin de compétences des praticiens actuels et futurs. Il y a des perspectives d'emploi en gestion pour les niveaux de début de carrière, plus précisément pour ceux qui savent bien gérer des projets, bien rédiger, et ce, pour tous les besoins de l'organisation, bien cerner le contexte organisationnel, bien travailler en équipe ainsi qu'élaborer et implanter efficacement une variété de plans de communications et de relations publiques pour des situations diverses.

De plus, dans le secteur public des trois paliers de gouvernement partout au Canada, les occasions pour les praticiens qui commencent leur carrière ou qui en sont à mi-chemin foisonnent. Dans les secteurs gouvernementaux municipaux et provinciaux, la tendance, amorcée en fin d'année 2006, vers une pénurie de praticiens de premier niveau en RP et en communications d'entreprise va s'accroissant. Elle reflète la mouvance démographique alors que les babyboomers quittent le marché du travail, créant des opportunités tant pour les organisations que pour les nouvelles cohortes de professionnels. Les données sur les membres de la SCRP indiquent que de 29 à 34 pour cent d'entre eux seront admissibles à la retraite au cours des prochains quatre à dix ans.

Alors qu'il y a un besoin réel de nouveaux praticiens, les employeurs actuels affirment que dans l'ensemble, les diplômés possèdent un bagage suffisant de compétences, mais quelques lacunes doivent être comblées.

Bien que les nouveaux diplômés fassent preuve de créativité et d'un esprit entrepreneurial, les employeurs précisent qu'ils sont toujours à la recherche :

- de rédacteurs davantage accomplis;
- de personnes d'un meilleur sens critique aux fins d'analyse en milieu de travail;
- de gens qui ont une meilleure compréhension de la recherche et qui savent la mettre en application;
- de gens qui ont été plus exposés aux pratiques professionnelles, et faisant preuve par conséquent d'une compréhension fondamentale de la gestion, de l'économie, de la gestion financière, du comportement organisationnel, de la gestion de projet, de l'autogestion et des aptitudes en leadership.

Entre autres habiletés requises des nouveaux diplômés, les employeurs insistent également sur la pensée critique et analytique, la capacité de travailler en équipe, un sens rigoureux de l'éthique professionnelle, le multifonctionnement et une gestion du temps efficace malgré la pression et les échéances serrées.

On déplore également que beaucoup de nouveaux praticiens méconnaissent les enjeux mondiaux et les événements de l'heure qui peuvent avoir une incidence sur l'organisation. Les jeunes diplômés devraient être conscientisés aux nouvelles tendances et aux faits d'actualité, être plus curieux, se soucier davantage des enjeux environnementaux, gouvernementaux et locaux et comprendre comment ils influent les uns sur les autres.

Enfin, on s'attend à ce que les diplômés s'engagent à constamment parfaire et mettre à jour leurs connaissances. Dans leur évaluation d'un candidat fraîchement diplômé, les employeurs considèrent maintenant comme un atout essentiel sa volonté de bâtir sur une solide formation et de se perfectionner (par des programmes universitaires d'éducation permanente de premier cycle ou de deuxième cycle ou par le programme d'accréditation professionnelle de la SCRP).

SECTION 2

Un cadre de travail

2.1 – Une définition canadienne des relations publiques

Les concepteurs de programmes d'études, les professeurs et les établissements d'enseignement des relations publiques se doivent de percevoir le domaine des relations publiques tel qu'il a été défini par les membres de la profession, de façon à orienter adéquatement le curriculum d'études. Comme point de départ, la SCRP reconnaît la définition suivante :

Les relations publiques sont la gestion stratégique des relations entre une organisation et ses divers publics par l'entremise de la communication afin de parvenir à une compréhension mutuelle, à la réalisation des objectifs de l'organisation et au service de l'intérêt public. (Flynn, Gregory, Valin, 2009)

L'orientation clé des RP et GC aujourd'hui consiste en son rôle au sein d'un cadre de gestion. Définir les RP comme une fonction de gestion constitue un élément important dans son positionnement en tant que discipline.

2.2 – L'évolution de la formation en RP au Canada

Les relations publiques et la gestion des communications, comme profession, ont subi des changements radicaux au cours des vingt dernières années. Ce métier s'est progressivement transformé, passant d'un art appliqué à une fonction de gestion conçue pour venir en appui aux structures organisationnelles d'aujourd'hui et à ses équipes de direction. On fait appel aux RP pour tisser des liens d'affaires, pour redorer ou maintenir la réputation d'une entreprise, pour accroître sa notoriété et le capital de sympathie envers sa mission, son mandat et ses objectifs ainsi que pour veiller à la clarté et à la cohérence des messages et de ses actions. Le principal outil utilisé pour réaliser ces multiples fonctions est la technique de la communication stratégique.

La formation en RP et GC au Canada a également évolué et s'est accrue de façon exponentielle. Cet essor est attribuable au développement de la profession ainsi qu'à l'intérêt grandissant des professionnels à approfondir leur connaissance en suivant des cours pertinents en relations publiques et en communication. Au moment de rédiger ce document, la SCRP dénombrait plus de 12 programmes de certificat et de formation continue, 12 programmes menant à un diplôme, 5 baccalauréats, et 3 autres en voie de s'établir, 9 programmes d'études universitaires supérieures ou programmes de certificats, ainsi que deux programmes d'études universitaires supérieures en gestion des communications, en relations publiques ou les deux. La SCRP s'est forgé un lien direct avec plus de la moitié de ces programmes.

Les programmes sont offerts en différents formats et styles. Nombreux d'entre eux se dotent d'une accessibilité en ligne ou d'un apprentissage virtuel hybride - avec une composante d'apprentissage face-à-face virtuel – ou complet, répondant ainsi aux besoins de flexibilité d'horaire de l'apprenant.

Les institutions d'enseignement s'adaptent de plus en plus aux différents apprenants, notamment les étudiants à temps partiel, les personnes plus âgées et celles qui choisissent les RP comme nouvelle carrière; il s'agit souvent de personnes ayant déjà d'autres diplômes.

Le tableau suivant donne une description générale des différents formats et principales catégories de programmes. Il faut préciser que chaque établissement d'enseignement, que ce soit un collège ou une université, est investi de son propre mandat conformément aux directives établies par chaque instance provinciale. Les différents modèles de financement ont également une incidence sur ces catégories. Les définitions générales fournies ci-après donnent une bonne idée de l'étendue et du type de programmation présentement offerte. La SCRP est parfaitement consciente du fait que chaque école définit son programme à sa façon. **Ce tableau reflète donc uniquement le contexte du programme.** Il sert toutefois à nourrir la discussion et à élaborer des perspectives pour l'enseignement des relations publiques. La SCRP est toute disposée à peaufiner cette liste, en y intégrant d'autres institutions qui en manifesteraient l'intérêt.

Tableau 1 : Principales catégories de programmes éducatifs en RP au Canada et types d'apprenants

Nota : Dans la SECTION 4, ces catégories sont intégrées à un cadre d'enseignement basé sur le principe de « mobilité verticale » qui indique aux apprenants les voies à suivre selon leur profil et leurs objectifs professionnels.

Programme	Apprenant
<p>Cours individuels sur la théorie et la pratique des RP offerts dans les écoles de journalisme, de communication et de gestion, de premier et deuxième cycles universitaires.</p> <p>Programmes de certificats (considérés comme de niveau d'entrée aux fins de ce rapport, avec certaines conditions d'admission) offerts généralement comme équivalents d'un cours d'un an à temps plein.</p> <p>Ces cours peuvent ou non donner droit à des crédits.</p>	<p>Il peut s'agir d'un apprenant à temps plein inscrit dans une discipline ou un programme où les RP figurent comme cours facultatif; ou d'un étudiant dans un programme de marketing ou de journalisme qui doit suivre un cours d'introduction pour mieux comprendre les principes des relations publiques par rapport à sa propre spécialité.</p> <p>Cet apprenant est, la plupart du temps, un étudiant à temps partiel, d'âge mûr ou professionnel, qui désire mieux se réaliser professionnellement ou faire un changement de carrière.</p> <p>L'objectif de ce type d'apprenant est souvent d'obtenir une reconnaissance académique pour des connaissances qu'il met déjà en pratique dans son travail.</p> <p>Ces programmes sont souvent – mais pas toujours – offerts dans le cadre d'un programme d'éducation permanente dispensé à l'université ou dans un collège.</p>
<p>Programmes menant à un diplôme qui sont des équivalents temps complet de deux ans de cours à unités.</p> <p>Niveau d'entrée.</p>	<p>Ce type de programme est conçu pour l'étudiant temps complet qui désire axer ses études sur les relations publiques et compte terminer ce programme et se trouver un emploi dans le domaine.</p> <p>Par conséquent, ce programme comprend souvent une composante de mise en pratique, comme du travail bénévole, un stage, un emploi combiné à l'enseignement ou un emploi rémunéré.</p> <p>La tendance croissante de ce type de cours correspond à une tendance des étudiants à entreprendre leurs études à temps partiel. Plusieurs établissements d'enseignement canadiens affirment que jusqu'à 40 % des étudiants inscrits aux programmes en RP menant à un diplôme sont des étudiants à temps partiel. La plupart travaillent pour financer leurs études et pour se constituer un bagage professionnel pertinent.</p> <p>Ces programmes sont offerts dans des écoles de gestion, de médias, de communication et d'art.</p>
<p>Diplôme de premier cycle, de communication appliquée ou de baccalauréat, offrant un équivalent temps complet de trois ou quatre années de cours à unités.</p>	<p>Cet apprenant est semblable à celui du programme menant à un diplôme. Il présente cependant un intérêt plus marqué pour approfondir et parfaire ses connaissances en relations publiques et complète son curriculum d'un cours optionnel en sciences humaines ou en gestion.</p> <p>Les étudiants en communication appliquée ont souvent, dans leur programme, une composante obligatoire de mise en pratique, comme un stage, un emploi combiné à l'enseignement, un travail communautaire ou bénévole.</p>
<p>Certificats et diplômes d'études supérieures.</p> <p>Ces cours à unités sont l'équivalent temps complet d'un ou deux ans d'études.</p>	<p>Ces programmes s'adressent la plupart du temps à l'apprenant à mi-chemin dans sa carrière qui désire se tenir au fait des tendances dans les pratiques de gestion des relations publiques, ou à l'apprenant qui a déjà obtenu un diplôme dans une autre discipline mais qui espère étoffer son champ de compétences en ajoutant les relations publiques à son bagage de connaissances.</p> <p>Ces apprenants espèrent améliorer leurs compétences stratégiques et amener leur carrière à un autre niveau.</p>
<p>Diplômes d'études universitaires supérieures (Maîtrises)</p>	<p>À l'heure actuelle, la plupart des programmes de maîtrise au Canada sont conçus pour fournir à l'étudiant une composante théorique avancée et un volet recherche. La plupart de ces étudiants ont une carrière en RP ou en GC, occupant un poste de direction et détenant peut-être même un diplôme de premier cycle dans ce domaine. Bon nombre de ces étudiants sont à temps partiel, intégrant à leur travail le volet recherche ou certaines autres activités du cours.</p>

SECTION 3

Principes de planification

3.1 – Point de vue de la SCRP sur l'industrie

Les relations publiques et la gestion des communications font partie intégrante d'une profession en perpétuel mouvement, surtout ces derniers temps. En tant qu'association professionnelle, la SCRP vise à fournir un appui à ses membres et à leurs employeurs de façon à assurer un professionnalisme et des compétences du plus haut niveau, et à former des praticiens stratégiques et éthiques.

La SCRP se consacre à l'éducation, au perfectionnement professionnel et à l'agrément, piliers clés pour établir des normes de pratique pour nos membres actuels et potentiels.

Idéalement, la SCRP ciblerait un noyau de cours de relations publiques offerts partout au Canada qui serait conforme à la pratique et aux normes de la profession. Il est crucial que les établissements d'enseignement postsecondaire conservent leur autonomie dans la gestion du contenu de leurs cours, dans leur programme d'enseignement, leur structure, leur protocole d'inscription, leurs conditions d'admission, la sélection de leurs facultés, et dans les ressources utilisées. Cela dit, la SCRP considère qu'elle a un rôle déterminant à jouer en collaborant aux programmes, et avec les enseignants, de façon à ce que les pratiques actuelles préconisées en RP et GC soient adéquatement enseignées au Canada.

3.2 – Point de vue sur l'enseignement

La SCRP réalise que les établissements d'enseignement ont un niveau d'imputabilité toujours plus grand aujourd'hui vis-à-vis des étudiants, des diplômés, des employeurs et des membres de l'industrie. Les diplômés de programmes canadiens de relations publiques et de communication doivent pouvoir entreprendre une carrière et s'intégrer efficacement dans le milieu du travail, forts d'une compréhension adéquate des pratiques, des théories et des principes actuels et pertinents exercés dans le domaine.

D'autre part, les établissements sont contraints à œuvrer avec des effectifs réduits, devant établir une programmation qui réponde à la fois aux intérêts des étudiants et à des impératifs financiers. Ils doivent être rentables et satisfaire à la demande des étudiants.

3.3 – L'approche éducative

L'approche préconisée ci-après est axée principalement sur l'apprenant et l'industrie. Elle est conçue pour fournir aux établissements d'enseignement qui songent à établir un programme de RP ou à revoir leur programme actuel un cadre de référence visant à les aider à prendre des décisions éclairées au cours de leurs démarches.

Ce qui suit correspond à des recommandations de la SCRP qui reconnaît le rôle indépendant des responsables de formation et des facultés dans l'élaboration et la mise en œuvre des programmes. Ces recommandations ne se veulent, en aucun cas, normatives.

La SCRP a tout intérêt, par contre, à ce que le curriculum d'enseignement dispensé par les établissements canadiens reflète ce qui est inhérent à la profession et au rôle qu'elle est appelée à jouer, et ne demande pas mieux que de collaborer avec eux. L'approche préconisée ici fera partie intégrante de l'examen et de la reconnaissance formelle par la SCRP des programmes éducatifs.

3.4 – Intégration des valeurs de la SCRP

La SCRP a élaboré un énoncé de valeurs qui peut servir de principes directeurs pour un programme éducatif. Idéalement, tout le contenu d'un programme pourrait s'articuler autour de ces valeurs qui pourraient être exploitées davantage dans chacun des cours. Elles fournissent un point de vue ou une perspective permettant d'évaluer la pertinence du contenu. Cet énoncé se lit comme suit:

Une pratique éthique qui soit :

- transparente (honnête, ouverte, désireuse de partager l'information);
- responsable;
- exercée dans l'intérêt public;
- construite sur l'intégrité et l'indépendance.

Une pratique stratégique qui soit :

- gérée et responsable;
- conforme aux buts et objectifs d'ensemble des organisations que nous servons;
- intentionnelle et délibérée;
- mesurable et pertinente.

L'atteinte de bienfaits mutuels par :

- l'engagement significatif envers nos publics prioritaires;
- la création de liens solides et réciproques;
- la participation à la communication symétrique et équilibrée;
- le développement de programmes socialement responsables.

La démonstration de leadership et d'engagement par :

- les possibilités de bénévolat au sein de la profession et des collectivités que nous desservons;
- des programmes de mentorat;
- l'implication de ressources (consultatives, financières et humaines) envers l'avancement de la profession.

Un engagement envers la formation continue par :

- le développement professionnel;
- l'avancement des connaissances;
- l'enseignement et les bourses d'études;
- le partage des connaissances.

SECTION 4

Le modèle des voies vers la profession pour l'élaboration de programmes éducatifs en RP et GC

4.1 – Les voies vers la profession

Parce que diverses occasions de formation et divers programmes d'études en RP et GC existent au Canada, la SCRP vise par son approche à modeler la nomenclature et la délivrance de titres et de certificats des établissements d'enseignement de sorte que les diplômés en RP et GC possèdent les qualités, les connaissances et les compétences basées sur les résultats obtenus dans le cadre des programmes. Ainsi, ce rapport porte sur une élaboration de programmes fondée sur une approche qui préconise des voies vers la profession. Nous croyons que les buts et objectifs poursuivis par les établissements dans leur programmation seront mieux servis par ce qui suit et que l'évolution des programmes en sera également imprégnée. De plus, les voies peuvent mener l'une à l'autre, constituant des voies d'apprentissage interreliées, pour un apprentissage en quelque sorte sans discontinuité.

Les établissements dont les programmes sont assortis de la reconnaissance de la SCRP peuvent sélectionner la catégorie qui reflète le mieux le type de programmes qu'ils offrent.

Les cinq voies vers la profession sont les suivantes :

- Niveau 1 – La voie technique
- Niveau 2 – La voie de la carrière
- Niveau 3 – La voie de la gestion
- Niveau 4 – La voie du leadership
- Niveau 5 – La voie universitaire

La présente section décrit le but et les paramètres de chacune.

de leur programme d'études fondé sur le modèle des voies vers la profession. Des outils d'évaluation qui fournissent des moyens d'atteindre les résultats peuvent être développés par les enseignants. L'atteinte des résultats à l'intérieur du programme est souvent complexe et requiert généralement plus d'un cours.

Les mesures de performance, qui fournissent des détails sur chacun des résultats, suivent la description des résultats.

Le contenu de cours sert de ligne directrice générale.

Bien que chaque cours puisse être monté en fonction des recommandations sur le contenu, ce rapport reconnaît que certains contenus peuvent être imbriqués dans plusieurs cours tout au long du programme.

Le cadre de travail des cours présente des secteurs clés qui servent de guide à l'élaboration du programme :

- **Théorie et pratique des relations publiques** : fournit un contexte aux modèles, à la recherche et à la théorie au soutien de la profession.
- **Théorie et pratique de la gestion** : intègre les RP et la GC à une stratégie et à une structure organisationnelle.
- **Compétences individuelles et en groupe** : aborde les méthodes de travail et les grilles de connaissances requises pour l'autogestion.
- **Pratique intégrée / appliquée** : traite des méthodes d'application de la théorie, tant par des expériences de pratique en salle de classe ou des occasions d'application à l'externe, incluant des projets ou des expériences de travail.

4.2 – Appliquer le modèle des voies vers la profession

Cette section énumère des recommandations sur le contenu de cours et de programmes. Le modèle préconisé des « voies vers la profession » permet aux responsables de formation de choisir ce qui correspond le mieux à leur programme tout en gardant à l'esprit les cours et les résultats proposés du programme. Ce qui suit traite plus en détail des cours et des mesures de performance proposés pour atteindre les résultats de l'apprentissage.

Les résultats du programme sont l'énoncé des compétences que, selon la SCRP, les diplômés devraient posséder au terme

Schéma 1: Fondement du cadre de travail des cours



Tableau 2 : Cadre de travail des cours pour les voies vers la profession

Théorie et pratique des RP	Théorie et pratique de la gestion	Compétences individuelles et en groupe	Pratique intégrée appliquée	Niveau de la voie vers la profession
<p>Introduction à la théorie, aux principes et à la pratique des RP et GC</p> <p>Théories de la communication</p> <p>Rédaction pour les RP</p> <p>Survol des outils de communication</p> <p>Introduction aux relations médias</p> <p>Planification de communications stratégiques et d'événements spéciaux</p>	<p>Introduction à la prise de décision éthique</p> <p>Introduction à la publicité, à la conception Web et aux médias sociaux</p> <p>Outils logiciels et applications</p>	<p>Travail d'équipe et en groupe</p> <p>Gestion de soi</p> <p>Pensée critique</p>	<p>Projets appliqués et expérimentiels comme travaux de cours</p>	<p>Niveau 1</p> <p>La voie technique</p>
<p>La théorie et la pratique des RP et GC</p> <p>Relations médias</p> <p>Planification de la communication</p> <p>Outils de communication et production</p> <p>Médias sociaux et nouveaux médias</p> <p>Rédaction avancée</p> <p>Production imprimée</p>	<p>Recherche fondamentale et évaluation</p> <p>Éthique</p> <p>Introduction à la gestion</p> <p>Notions de base sur la gestion financière, incluant dresser un budget</p> <p>Marketing, IMC</p> <p>Développement organisationnel</p> <p>Notions de base sur la gestion de projet</p> <p>Notions de base sur la planification</p>	<p>Théorie de groupes</p> <p>Processus de charte d'équipe</p> <p>Communications d'entreprise efficaces</p> <p>Gestion du temps</p>	<p>Études de cas</p> <p>Coop, conditions de travail et stages</p> <p>Mentorats et apprentissage par l'utilisation de ressources externes</p>	<p>Niveau 2</p> <p>La voie de la carrière</p>
<p>Planification des communications stratégiques</p> <p>Gestion des enjeux</p> <p>Gestion de crise</p> <p>Gestion de la réputation</p> <p>Principes de persuasion</p> <p>Relations avec les parties prenantes</p> <p>Promotion de la cause</p>	<p>Gestion financière des RP</p> <p>Responsabilité sociale d'entreprise</p> <p>Gestion des processus d'équipe</p> <p>Analyse environnementale et tendances</p> <p>Éthique d'entreprise</p> <p>Opinion publique</p> <p>Compétences en consultation interne et externe</p> <p>Introduction aux lois sur les communications et les sociétés</p> <p>Introduction à la gestion des RH</p>	<p>Gestion et supervision des équipes</p> <p>Notions de base sur les médias et l'actualité</p>	<p>Études de cas</p> <p>Expérience de travail</p>	<p>Niveau 3</p> <p>La voie de la gestion</p>
<p>Gestion de la fonction RP</p> <p>Gestion des parties prenantes</p> <p>Gestion de la réputation</p> <p>Secteurs de spécialisation dont les relations avec les investisseurs, les relations gouvernementales et les affaires publiques</p> <p>Consultation et collaboration</p> <p>Historique et évaluation des RP et GC</p>	<p>Politique organisationnelle</p> <p>Comptabilité et rapports financiers</p> <p>Gestion du risque</p> <p>Analyse PERT</p> <p>Planification stratégique</p> <p>Planification opérationnelle</p> <p>Leadership organisationnel</p> <p>Principes d'influence</p> <p>Gestion stratégique</p> <p>Responsabilité sociale d'entreprise</p>	<p>Consultation interne</p> <p>Gestion du changement</p> <p>Leadership personnel</p> <p>Projet d'apprentissage personnel</p> <p>Motivation</p> <p>Négociation et gestion de conflits</p>	<p>Expérience de travail continue en gestion</p>	<p>Niveau 4</p> <p>La voie du leadership</p>

4.3 – Niveau 1 – La voie technique

Le premier niveau concerne la formation d'un technicien. L'élaboration du programme vise à s'assurer que les compétences de base en RP et GC soient acquises, de même que la théorie et la pratique élémentaires. Les apprenants de ce niveau généralement viennent de terminer leur secondaire ou font un changement de programme. Le programme est habituellement d'une durée de une ou deux années à temps plein et conduit à l'obtention d'un diplôme ou d'un certificat. Les programmes offerts au sein de l'établissement peuvent déboucher sur un parcours professionnel ou de carrière. Les diplômés sont prêts à intégrer le marché du travail et à occuper des postes de techniciens ou d'adjoints en relations publiques.

Résultat 1 du programme : Communiquer efficacement tant sur le plan personnel qu'organisationnel à l'aide d'une variété d'outils et de techniques de communication.

Mesures de performance :

- Comprendre les textes et savoir rédiger de façon claire et impeccable, dans le respect des règles syntaxiques, orthographiques et de ponctuation.
- Capacité à rédiger et à publier une grande variété d'outils de communication telles les brochures, la correspondance et la documentation d'entreprise.
- Rédiger des allocutions pour convaincre et informer.
- Concevoir et préparer les bulletins d'information de l'organisation pour diffusion à l'interne et à l'externe.
- Préparer des articles de fond à paraître dans les infolettres, les journaux ou les revues.
- Hâbleries de rédaction pour le Web.
- Surveiller et implanter des stratégies en utilisant les médias sociaux.
- Concevoir du matériel graphiquement et visuellement attrayant incluant le matériel destiné à l'impression et aux sites Web.

Résultat 2 du programme : Élaborer et soutenir des stratégies de relations médias comme partie intégrante des communications de l'organisation.

Mesures de performance :

- Établir la différence entre les stratégies de relations médias proactives et réactives.
- Réunir tous les éléments d'un cahier de presse, incluant les communiqués de presse, les avis médias, les notes biographiques, les documents d'information et les fiches de renseignements.
- Rédiger les communiqués de presse et la documentation dans un style journalistique conforme, notamment, à celui de La Presse Canadienne.
- Surveiller la réaction médiatique aux enjeux touchant l'organisation et l'industrie.

Résultat 3 du programme : Appliquer les connaissances sur les pratiques et les théories des relations publiques en vue d'élaborer et d'exécuter des plans de communications stratégiques de base.

Mesures de performance :

- Traiter des objectifs d'un plan de communication du point de vue des relations publiques.
- Élaborer et mettre en œuvre un plan stratégique.
- Élaborer et mettre en œuvre un plan d'événements spéciaux.
- Apporter un soutien à la planification dans le cas de processus plus complexes.
- Expliquer des modèles simples de théories de communications sociales.
- Décrire l'impact des théories sur les programmes de relations publiques.
- Décrire l'impact des sujets d'actualité et des tendances sur les individus et l'organisation.

Résultat 4 du programme : Utiliser l'équipement matériel et logiciel approprié pour soutenir les activités de relations publiques et de relations internes.

Mesures de performance :

- Compétences dans l'utilisation des applications logicielles couramment utilisées au sein des organisations.
- Connaissance des applications logicielles de base pour le bureau et la diffusion sur le Web.

Résultat 5 du programme : Concevoir pour soi un cadre de travail éthique pour la prise de décision.

Mesures de performance :

- Examiner l'éthique et les valeurs de l'organisation.
- Concevoir un code déontologique personnel en milieu de travail et reconnaître ses valeurs personnelles en association avec ses attentes de carrière et ses aspirations.
- Évaluer son appartenance à l'organisation quant aux valeurs et à l'éthique partagées.
- Reconnaître et expliquer les valeurs fondamentales des RP en lien avec les dilemmes éthiques.

Contenu de cours recommandé pour le niveau 1 – La voie technique

Le contenu de cours recommandé peut faire l'objet de cours spécifiques ou, étant donné la complexité, être intégré à plusieurs cours.

Tableau 3: Cadre de travail du cours pour la voie technique

Théorie et pratique des RP	Théorie et pratique de la gestion	Compétences individuelles et en groupe	Pratique intégrée appliquée
Introduction à la théorie, aux principes et à la pratique des RP et de la GC	Introduction à la prise de décision éthique	Travail d'équipe et en groupe	Projets appliqués et expérientiels comme travaux de cours
Théories de la communication	Introduction à la publicité, à la conception Web et aux médias sociaux	Autogestion	
Rédaction pour les RP	Outils logiciels et application	Pensée critique	
Survol des outils de communication			
Introduction aux relations médias			
Planification de communications stratégiques et d'événements spéciaux			

4.4 – Niveau 2 – La voie de la carrière

Souvent l'apprenant de ce niveau s'inscrit à un programme après une pause au terme de son cours secondaire ou avec un bagage d'études postsecondaires de premier cycle dans un autre domaine. Il cherche à acquérir des compétences qui lui permettront d'envisager une carrière en RP. Les programmes, qui conduisent à l'obtention d'un diplôme en RP et GC, s'étendent sur trois ou quatre années. Ils constituent également une dernière station avant la carrière. Les établissements peuvent avoir ces étudiants comme résultante des modèles « deux plus deux », selon lesquels les étudiants ont fait leurs deux premières années dans un programme menant à un diplôme et s'inscrivent dans un programme de premier cycle pour les deux dernières années.

L'ensemble de ces programmes permet d'acquérir une formation plus étendue et plus approfondie en RP et GC. Les étudiants quittent un diplôme de baccalauréat sous le bras. À leur sortie, ils pourront occuper des postes de gestionnaires adjoints ou d'agents de communication et d'information.

Résultat 1 du programme : Élaborer des objectifs de communication clairs et mesurables et reconnaître les techniques d'évaluation de l'atteinte de ces objectifs.

Mesures de performance :

- Faire la distinction entre les buts et les objectifs.
- Établir et différencier les buts de la gestion de la réputation, ceux de la gestion des relations et ceux de la gestion de tâches.
- Rédiger des objectifs mesurables.
- Élaborer des stratégies d'évaluation qui reflètent les objectifs mesurables.

- Gérer des projets.
- Veiller à ce que les objectifs de planification de la communication soient bien arrimés aux buts organisationnels.

Résultat 2 du programme : Exécuter tout travail conformément aux codes de déontologie professionnelle, aux normes et pratiques et aux lois pertinentes.

Mesures de performance :

- Rappeler et comprendre et appliquer le code de déontologie de la SCRIP concernant les professionnels des relations publiques aux situations réelles et aux cas vécus.
- Reconnaître les valeurs d'entreprise.

Résultat 3 du programme : Aborder la planification et la mise en œuvre des communications ainsi que la résolution de problèmes par des approches créatives.

Mesures de performance :

- Classer les campagnes par types et objectifs.
- Faire de la recherche formative.
- Élaborer une stratégie de campagne.
- Créer des stratégies de communication.
- Faire de la recherche évaluative.
- Appliquer son savoir-faire et acquérir des compétences en planifiant et en proposant une campagne de relations publiques.

Résultat 4 du programme : User de compétences en recherche pour satisfaire aux objectifs de communication spécifiés.

Mesures de performance :

- Établir des objectifs mesurables pour évaluer le rendement des communications.
- Choisir les mesures appropriées pour les différents aspects du plan de communication.
- Expliquer et appliquer les techniques de recherche qualitative et quantitative pour évaluer les messages, les canaux de communication et le rendement de l'organisation.
- Gérer un projet de recherche.
- Analyser et communiquer le résultat de ses recherches en usant d'un sens critique indépendant.
- Mener les recherches sur des personnes participantes tout en incorporant une sensibilité pour les enjeux éthiques.

Résultat 5 du programme : Mettre en œuvre des stratégies de gestion de projet au soutien des activités et des plans de RP.

Mesures de performance :

- Élaborer, exécuter et superviser les plans d'action comme faisant partie de la planification de communication.
- Déléguer et surveiller l'évolution des plans.
- Gérer la mise en œuvre des plans.
- Dresser les budgets de projet et en assurer le suivi.

Résultat 6 du programme : Mettre en œuvre des stratégies de gestion pour assurer l'obligation de rendre compte et l'efficacité.

Mesures de performance :

- Se mettre en liaison avec le personnel et les fournisseurs pour veiller à ce que les objectifs de communication soient remplis.
- Gérer des budgets de projet.
- Agir de façon responsable et efficace en tant que membre d'une équipe de travail.

Contenu de cours recommandé pour le niveau 2 – La voie de la carrière

Le contenu de cours recommandé peut faire l'objet de cours spécifiques ou, étant donné la complexité, être intégré à plusieurs cours.

Tableau 4 : Cadre de travail du cours pour la voie de la carrière

Théorie et pratique des RP	Théorie et pratique de la gestion	Compétences individuelles et en groupe	Pratique intégrée/appliquée
La théorie et la pratique des RP et GC	Recherche fondamentale et évaluation	Théorie de groupes	Études de cas
Relations médias	Éthique	Processus de charte d'équipe	Coop, conditions de travail et stages
Planification de la communication	Introduction à la gestion	Communications d'entreprise efficaces	Mentorats et apprentissage par l'utilisation de ressources externes
Outils de communication et production	Notions de base sur la gestion financière, incluant dresser un budget	Gestion du temps	
Médias sociaux et nouveaux médias	Marketing, communications intégrées		
Rédaction avancée	Développement organisationnel		
Production imprimée	Notions de base sur la gestion de projet		
	Notions de base sur la planification		

4.5 – Niveau 3 – La voie de la gestion

Au troisième niveau, l'apprenant développe des compétences de gestion qui lui permettent d'intégrer des postes de gestion de niveau intermédiaire. Ce niveau met l'accent sur les communications d'entreprise en tant que fonction stratégique de l'organisation, jetant un regard plus en profondeur sur la planification et la stratégie. De plus, les programmes de ce niveau sont censés s'accompagner d'une documentation plus étoffée. Ils peuvent inclure des certificats de deuxième et troisième cycle et des certificats ou diplômes de formation continue. Dans de nombreux cas, les apprenants travaillent déjà dans le domaine des RP et GC et suivent ces programmes pour enrichir leur expérience professionnelle et accéder à des postes de niveau supérieur comme gestionnaires. Ils peuvent également provenir d'autres disciplines. Ces diplômés pourront aspirer à suivre le programme d'agrément offert par la SCRP.

Résultat 1 du programme : Appliquer la connaissance des relations publiques, des communications d'entreprise et des théories et pratiques qui soutiennent le rôle stratégique de la fonction.

Mesures de performance :

- Appliquer la connaissance des théories organisationnelles actuelles. User de sens stratégique dans le développement et la mise en œuvre des communications.
- Planifier, en intégrant la recherche, l'analyse, les communications et l'évaluation.
- Mettre en œuvre un plan de communications complexe utilisant des stratégies appropriées.
- Examiner l'influence des dynamiques de l'organisation et de la communauté sur le processus de planification des communications.
- Élaborer et définir des objectifs de communication basés sur les besoins et les critères des projets et des plans, en concertation avec les parties prenantes.
- Élaborer des plans de communication qui combler les besoins des parties prenantes à l'interne et à l'externe.
- Examiner l'impact de la culture d'entreprise sur les communications.
- Dresser un budget pour les plans de communication.

Résultat 2 du programme : Aborder les enjeux organisationnels et de communication complexes en faisant preuve de créativité, par l'utilisation d'une variété de processus de planification de communication qui déterminent la stratégie appropriée, la mise en œuvre et la résolution de problèmes.

Mesures de performance :

- Choisir et appliquer les stratégies et exercer sa pensée critique.
- Analyser les idées, les concepts et les programmes pour discerner les facteurs d'influence.
- Avancer des idées novatrices pour les stratégies et les solutions en prenant en compte les dynamiques organisationnelles, les concepts, les thématiques et les opportunités.
- Analyser les problématiques et reconnaître les solutions.

Résultat 3 du programme : S'engager à continuellement parfaire sa formation, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du milieu de travail.

Mesures de performance :

- Discuter des enjeux et des tendances dans le domaine des relations publiques et des communications organisationnelles.
- Comparer et évaluer ses propres connaissances et compétences.
- Adapter son schéma de valeurs, de compétences et de connaissances aux nouvelles situations.
- Démontrer de l'enthousiasme vis-à-vis l'apprentissage continu et l'épanouissement personnel.
- Démontrer un intérêt pour l'agrément professionnel et s'y préparer.

Résultat 4 du programme : Appliquer les principes de l'éthique et de la promotion engagée et être capable de prendre des décisions ou de faire des recommandations pour un plan d'action fondé sur ces principes.

Mesures de performance :

- Travailler en cohésion avec la culture organisationnelle établie et reconnaître l'impact de celle-ci sur les besoins changeants de l'organisation.
- Préparer et soumettre le travail suivant le processus organisationnel approprié.
- Comparer et confronter les théories sur le comportement organisationnel utilisées pour influencer la culture d'entreprise/de l'organisation.

Résultat 5 du programme : Démontrer une disposition conscientisée à l'égard des événements, des tendances et des changements culturels susceptibles d'influer sur l'organisation et qui peuvent être utilisés comme moyens proactifs dans la conduite des activités de gestion des communications.

Mesures de performance :

- Examiner les tendances et les enjeux de l'heure et leur impact sur l'organisation.
- Réfléchir aux enjeux pour en voir toute la portée et les implications.
- Reconnaître comment les événements, les tendances et les changements culturels peuvent être utilisés dans les activités de communication.

Résultat 6 du programme : Agir de façon responsable, professionnelle et fiable, en cohésion avec une pratique éthique, morale et légale.

- Se pencher sur les problématiques éthiques, légales et morales auxquelles font face les organisations.
- Se conduire conformément aux codes de conduite professionnelle et organisationnelle.
- Connaître la signification et les implications des lois pertinentes relativement à la fonction ou aux plans de communication (telles que la protection de la vie privée, la diffamation, la propriété intellectuelle ou les relations avec les investisseurs).

- Reconnaître l'importance des pratiques de responsabilité sociale d'entreprise pour la réputation d'une organisation.

Résultat 7 du programme : Engager des processus d'évaluation et de recherche pour appuyer des stratégies de relations publiques et de communications et en assurer la coordination.

Mesures de performance :

- Engager des stratégies pour la mise en œuvre et le suivi efficaces des résultats liés aux plans, aux enjeux et aux activités.
- Surveiller et évaluer les méthodes d'implantation, les procédés et les résultats.
- Rendre compte de l'état du projet.

Résultat 8 du programme : Faire preuve d'efficacité comme membre d'une équipe.

- Préparer des plans en équipe.
- Travailler sur les événements en groupe.
- Collaborer et participer activement aux séances de remue-méninges avec ses partenaires pour les projets de groupe en classe.
- Préparer et faire des présentations de groupe.
- Prodiguer des conseils avec tact et persuasion.

Résultat 9 du programme : Faire preuve de leadership dans la réalisation des objectifs de RP et GC.

- Conseiller les gestionnaires et chefs d'équipe.
- Mettre à exécution les plans de relations publiques de l'organisation.
- Arrimer la fonction des RP et GC aux objectifs d'entreprise.
- Favoriser l'instauration de politiques et de procédures en communication.

Contenu de cours recommandé pour le niveau 3 – La voie de la gestion

Le contenu de cours recommandé peut faire l'objet de cours spécifiques ou, étant donné la complexité, être intégré à plusieurs cours.

Tableau 5 : Cadre de travail du cours pour la voie de la gestion

Théorie et pratique des RP	Théorie et pratique de la gestion	Compétences individuelles et en groupe	Pratique intégrée/appliquée
Planification des communications stratégiques	Gestion financière des RP	Gestion et supervision des équipes	Études de cas
Gestion des problématiques	Responsabilité sociale d'entreprise	Notions de base sur les médias et l'actualité	Expérience de travail
Gestion de crise	Gestion des processus d'équipe		
Gestion de la réputation	Analyse environnementale et tendances		
Principes de persuasion	Éthique d'entreprise		
Relations avec les parties prenantes	Opinion publique		
Promotion de la cause	Compétences en consultation interne et externe		
	Introduction aux lois sur les communications et les sociétés		
	Introduction à la gestion des RH		

4.6 – Niveau 4 – La voie du leadership

L'apprenant de ce niveau a déjà une expérience de travail (souvent en qualité de directeur/directrice des RP) et une expertise en gestion des RP qu'il a souvent acquise sur le terrain. Ces personnes recherchent davantage une programmation qui leur procure un bagage théorique sur ce qu'ils font déjà et de nouvelles compétences qui leur permettront de monter les échelons hiérarchiques. Ils y trouveront une analyse en profondeur des stratégies, de l'implantation et du leadership. En raison de leur expérience, ils sont pour ainsi dire déjà tenus pour agréés en relations publiques (ARP) ou sur le point de l'être. Les programmes peuvent être offerts au niveau des deuxième et troisième cycles et peuvent mener aux programmes de maîtrise ou en faire partie.

Résultat 1 du programme : Appliquer les modèles théoriques et les concepts des RP et GC en se fondant sur une analyse de leur pertinence vis-à-vis de la pratique individuelle et de la profession dans son ensemble.

Mesures de performance :

- Établir des parallèles entre les modèles actuels de RP et GC et les confronter; décrire l'application de chacun dans le milieu de travail.
- Résumer le rôle des RP et GC dans la société.

Résultat 2 du programme : Utiliser la recherche pour développer et enrichir son bagage de connaissances.

Mesures de performance :

- Alimenter les projets de résultats de recherche qualitative et quantitative.
- Faire preuve de créativité dans son travail pour soutenir les secteurs de spécialisation des RP et GC, sur la base de l'industrie ou de la sphère d'activité.
- Cibler l'utilisation appropriée des méthodes qualitatives et quantitatives.

Résultat 3 du programme : Doter l'organisation de leadership sur le plan de sa réputation, de ses relations et de son positionnement.

Mesures de performance :

- Établir et mettre en œuvre les priorités concernant la communication de l'organisation.
- Élaborer des stratégies de haut niveau en matière de gestion de la réputation.
- Conseiller l'organisation et la doter de stratégies au soutien de la gestion de sa réputation.
- Créer des processus de planification qui soient en concordance avec la stratégie de l'organisation.
- Évaluer les enjeux, les occasions et les défis qui se présentent et concevoir des stratégies qui y répondent.
- Faire le corollaire entre les théories sur le leadership, reconnaître ses propres qualités de leader et les démontrer.

Résultat 4 du programme : Articuler l'état des RP et GC dans un contexte social élargi et l'appliquer au sein de l'organisation.

Mesures de performance :

- Évaluer les courants de pensée actuels des RP et GC et voir comment ils peuvent s'appliquer dans le milieu de travail.
- Comparer les contextes historique et actuel des RP et GC.
- Décrire l'évolution des RP et GC à partir d'un cadre de travail théorique.

Résultat 5 du programme : Saisir des occasions professionnelles qui permettent une meilleure compréhension de soi-même et de la profession.

Mesures de performance :

- S'autoanalyser en vue de déterminer la pertinence du travail accompli pour réaliser ses plans de carrière et ses objectifs personnels.
- Entreprendre des activités personnelles et professionnelles qui vont dans le sens d'un processus d'apprentissage continu.
- Développer des objectifs d'apprentissage personnels.
- Interpréter le contenu actuel et la connaissance pour évaluer les meilleures pratiques.
- Élaborer une conception théorique sur la pratique professionnelle.
- Saisir les occasions professionnelles qui desservent sa quête de l'excellence.

Résultat 6 du programme : Démontrer que le rôle de leader de l'organisation lui tient à cœur.

Mesures de performance :

- Discuter de la théorie de la gestion actuelle.
- Évaluer l'impact des événements mondiaux, nationaux et locaux sur l'organisation et ses activités.
- Comprendre le fonctionnement de base des affaires, incluant les aspects financiers, organisationnels et des ressources humaines.
- Démontrer de hauts niveaux de professionnalisme et de fiabilité.

Contenu de cours recommandé pour le niveau 4 – La voie du leadership

Le contenu de cours recommandé peut faire l'objet de cours spécifiques ou, étant donné la complexité, être intégré à plusieurs cours.

Tableau 6 : Cadre de travail du cours pour la voie du leadership

Théorie et pratique des RP	Théorie et pratique de la gestion	Compétences individuelles et en groupe	Pratique intégrée/appliquée
Gestion de la fonction RP	Politique organisationnelle	Consultation interne	Expérience de travail continue en gestion
Secteurs de spécialisation dont les relations avec les investisseurs, les relations gouvernementales et les affaires publiques	Comptabilité et rapports financiers	Gestion du changement	
Consultation et collaboration	Gestion du risque	Leadership personnel	
Historique et évolution des RP et GC	Analyse PERT	Projet d'apprentissage personnel	
	Planification stratégique	Motivation	
	Planification opérationnelle	Négociation et gestion de conflits	
	Leadership organisationnel		
	Principes d'influence		
	Gestion stratégique		
	Responsabilité sociale d'entreprise		

4.7 – Niveau 5 – La voie universitaire

L'apprenant de ce niveau reconnaît son intérêt de poursuivre sa formation en relations publiques dans un cadre académique qui pousse plus loin la recherche, la théorie et le discours. Il désire davantage faire carrière dans un univers académique que comme gestionnaire de la fonction RP. Bien qu'il soit important de traiter ici de cette voie particulière, il faut noter que les occasions de carrière sont présentement plutôt rares au Canada. Par conséquent, le présent rapport ne fait que mentionner au passage ce programme et l'apprentissage sous-jacent basé sur les résultats.

Résultat 1 du programme : Développer une réflexion originale sur les RP et GC au Canada par le truchement de la recherche, de l'analyse et de l'enseignement.

Résultat 2 du programme : Définir les relations publiques et la gestion des communications comme une discipline universitaire distincte.

Résultat 3 du programme : Intégrer les connaissances et les perspectives de multiples disciplines connexes afin d'approfondir et d'élargir le champ de compréhension de la théorie et de la pratique des relations publiques.

SECTION 5

Reconnaissance des programmes éducatifs par la SCRCP

5.1 – Reconnaissance des programmes éducatifs par la SCRCP

La SCRCP s'est associée à divers programmes au fil des années pour appuyer la formation en RP et GC. Ceci a eu un effet mutuellement bénéfique, ces programmes étant dûment reconnus par une association professionnelle canadienne, tandis que la SCRCP acquiert sa part d'influence sur les programmes éducatifs en RP et GC.

Grâce au programme des voies vers la profession, la SCRCP fera équipe avec les établissements d'enseignement dont les programmes se conforment à la majorité ou à l'ensemble des éléments suivants, ou qui ont mis en œuvre une stratégie visant l'intégration de ceux-ci :

- Intégration des résultats du programme des voies vers la profession au programme éducatif et intégration des mesures de performance dans les cours.
- Intégration des éléments recommandés au contenu du programme.
- Un curriculum pertinent et une conception du programme appropriée.

- Une vision claire du programme.
- Un engagement de la part de l'établissement à l'égard du programme RP, notamment dans le recrutement des ressources adéquates.
- L'agrément professionnel des principaux membres de la faculté et du corps enseignant, telle la désignation ARP.
- Promotion de la conférence nationale annuelle de la SCRCP et de son groupe de discussion destiné aux membres du personnel enseignant des facultés.
- Consultation active auprès de la SCRCP sur le programme des voies vers la profession.
- Un engagement pour un cycle de révision aux cinq ans correspondant aux échéances d'attestation.

Les demandes seront étudiées par le Conseil national d'éducation de la SCRCP quatre fois par année. La reconnaissance accordée par la SCRCP sera attribuée au programme concerné et sera valide pour une durée de cinq ans.

SECTION 6

Ressources

6.1 – Personnel enseignant

Consciente que les établissements d'enseignement ont leur propre processus pour juger des compétences et des acquis du personnel enseignant, et que l'excellence pédagogique est du ressort de ceux-ci en tant qu'employeurs, la SCRCP recommande vivement que l'agrément professionnel constitue l'un des titres de compétence exigés des membres du personnel qui enseignent les RP et GC. D'autres désignations sont également respectées, mais pour cautionner un programme, la SCRCP privilégie l'ARP et tout effort déployé pour l'intégration de ce titre au programme. Ceci tout particulièrement dans le cas des facultés axées sur la discipline des RP.

De plus, une expérience professionnelle – comme praticien des relations publiques ou gestionnaire des communications - s'avèrerait un atout de taille qui donnerait aux étudiants le bénéfice d'une expérience terrain et les aiderait à être mieux préparés pour affronter les problèmes réels qui les attendent en milieu de travail.

La SCRCP serait particulièrement favorable aux enseignants ayant diplômes et titres de compétences aux 2^e et 3^e cycles en RP et GC, bien qu'il soit communément reconnu que ceux-ci sont rares au Canada.

6.2 – Groupes de travail pour enseignants et chargés de cours

À compter de 2011, la conférence nationale annuelle de la SCRCP comptera un groupe de discussion pour les enseignants et chargés de cours en gestion des relations publiques et des communications où ils pourront se rencontrer et échanger des idées sur les enjeux actuels dans les salles de classe.

La SCRCP accordera un tarif « enseignant » pour ses conférences nationales de façon à stimuler la participation du personnel enseignant des établissements universitaires.





**Société canadienne des
relations publiques**

346 - 4195, rue Dundas Ouest
Toronto (Ontario) M8X 1Y4

T 416 239 7034
W scrp.ca

**Canadian Public
Relations Society**

346 - 4195 Dundas Street West
Toronto, ON M8X 1Y4

T 416 239 7034
W cprs.ca