

BACHELIER EN RELATIONS PUBLIQUES

Profil d'enseignement

SOMMAIRE

3

L'enseignement
à la HELHa

4

Finalités de la
formation en
Relations
Publiques

5

Les axes de la
formation

7

Une formation
professionnalisante

8

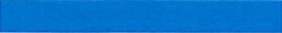
Compétences et
acquis au terme
de la formation

10

Dispositifs de
formation

12

Perspectives
et débouchés
professionnels



L'enseignement à la HELHa

L'enseignement de la Haute École Louvain en Hainaut accorde une place centrale à l'étudiant en lui permettant, d'une part, de s'épanouir pleinement et, d'autre part, de s'accomplir en tant que citoyen responsable agissant dans un monde socio-économique, politique et culturel donné.

La Haute École tient à sensibiliser ses étudiants, à travers les divers secteurs de son champ d'activité, à la construction de l'Europe et à l'ouverture au Monde. Elle est aussi soucieuse de les ouvrir aux réalités socioculturelles régionales et au respect de l'environnement.

Si la formation diplômante en vue de l'exercice d'une profession est le but premier de son activité, la Haute École souhaite y adjoindre des éléments de formation générale et humaine de manière à éclairer le sens même des pratiques professionnelles.

Par ailleurs, la promotion de la réussite des étudiants est une préoccupation majeure de tous les acteurs de la HELHa. De nombreux dispositifs d'aide à la réussite ont été conçus et mis en œuvre depuis plusieurs années au sein de la Haute École.



Finalités de la formation en Relations Publiques

Notre section cherche à former des acteurs efficaces et polyvalents qui sur le marché de l'emploi seront des spécialistes qui auront à contribuer au développement de nos entreprises en prenant en charge la gestion de leurs relations avec des publics tant internes qu'externes.

Le chargé de Relations Publiques pourra prendre en charge des domaines tels que

- les relations internes, relations externes
- relations avec les investisseurs
- relations avec les clients
- accueil
- conception de publications
- recherche
- conception de stratégie globale
- consultance...

Les activités pourront être très diversifiées, entre autres

- les contacts avec la presse
- l'organisation de manifestations diverses
- les enquêtes, les sondages
- les interviews
- les campagnes d'information
- les contrats de mécénat
- les publications spécialisées
- l'utilisation des supports audio-visuels...



Les axes de la formation

LA COMMUNICATION

La pratique du métier de responsable des Relations Publiques s'articule autour de la résolution de problèmes de **communication** et de la gestion de projets d'organisation. Le chargé de Relations Publiques doit convaincre, séduire et fidéliser le ou les **publics ciblés**. Il est en relation constante avec les **médias**. Il travaille l'image de l'entreprise. Dans cette optique, les théories de base de la communication sont abordées ainsi que des aspects plus spécifiques comme la **communication événementielle**, la **communication de crise**, l'**identité de marque**, etc.

LES OUTILS NUMÉRIQUE & LE COMMUNITY MANAGEMENT

L'utilisation des outils informatiques est incontournable dans les métiers de la communication. Les cours aborderont les bases de l'utilisation d'un PC, des logiciels de bureautique et de traitement de l'image.

Le Community Manager porte la voix et l'image de l'entreprise sur les **réseaux sociaux**. Il gère la relation de la marque avec les consommateurs et met en place les techniques et les outils marketings permettant d'influencer les internautes et de fédérer les communautés autour de l'entreprise qu'il défend. Il est aussi la courroie de transmission en interne à l'entreprise des souhaits et des attentes des clients et le contact permanent qu'il entretient avec eux lui permet de donner un feed-back précis en vue d'améliorer les services ou produits offerts.

L'ÉCONOMIE

Un chargé de Relations Publiques se doit de connaître l'environnement économique dans lequel il évolue. Son action revêt une dimension stratégique et managériale au sein des organisations. La connaissance des mécanismes économiques, du **marketing** et du **management** sont indispensables à sa formation.

LES LANGUES

Pour échanger avec les différents partenaires professionnels, la maîtrise des **langues française et étrangères** ainsi que des terminologies spécifiques au domaine d'activité est primordiale.

Chacun de ces axes est abordé dans différents cours de façon à croiser compétences et matières dans un maximum de situations et de disciplines.

L'objectif de **la première année du cycle de trois ans** est de proposer une assise théorique solide.

La formation vise une **autonomie croissante** et offre une possibilité d'accentuer les connaissances par la mise en pratique.

Afin d'assurer **l'adéquation** avec le référentiel de compétences, des épreuves d'évaluation transversale (TFE, travaux, projet d'intégration) sont organisées.



Une formation professionnalisante

Les visites en milieu professionnel permettent aux étudiants d'y rencontrer les experts du métier et d'avoir un aperçu concret de la réalité du travail. Elles motivent les étudiants à s'améliorer pour atteindre le niveau d'exigence de la profession.

LES STAGES

Un stage de 4 semaines est organisé durant la deuxième année du cycle. De plus, les 15 semaines de stage réparties sur le second quadrimestre de la troisième année viendront compléter la formation du chargé des Relations Publiques.

Ces périodes de stage seront mises à profit pour parfaire les connaissances linguistiques dans les langues dispensées. En effet, sur ces 19 semaines de stages, 4 semaines minimum seront réalisées en immersion linguistique. Ces 4 semaines peuvent être effectuées en Belgique ou à l'étranger.

D'autres activités sont organisées tout au long de la formation. Citons essentiellement la semaine des Relations Publiques. Cinq jours durant lesquels nos étudiants et nos professeurs vivent à un autre rythme, et parfois dans un autre cadre que purement scolaire. L'occasion de rencontrer des professionnels des métiers premiers et connexes des Relations Publiques. L'opportunité d'apprendre autrement, d'ouvrir l'école sur le monde de l'entreprise et d'élargir les horizons.

Compétences et acquis au terme de la formation

1. S'INSÉRER DANS SON MILIEU PROFESSIONNEL ET S'ADAPTER À SON ÉVOLUTION

- Travailler, tant en autonomie qu'en équipe, dans le respect de la culture de l'entreprise.
- Collaborer à la résolution de projets et problèmes complexes avec méthode, rigueur et créativité
- Adopter une attitude éthique et respecter les règles déontologiques
- Développer une approche responsable, réflexive et critique des pratiques professionnelles, anticiper les évolutions.
- Développer et entretenir des relations de confiance avec les publics internes et externes dans le respect du protocole et du savoir-vivre professionnel
- Identifier ses besoins de développement et s'inscrire dans une démarche de formation permanente

2. COMMUNIQUER : ÉCOUTER, INFORMER, CONSEILLER LES ACTEURS, TANT EN INTERNE QU'EN EXTERNE.

Dans un environnement pluriculturel et multilingue :

- Pratiquer l'écoute avec empathie.
- Décoder les messages dans leurs différents modes de transmission.
- Recueillir, sélectionner, transmettre et expliquer les informations.
- Structurer sa pensée et s'exprimer avec pertinence, par écrit et oralement, dans un langage adapté aux différents interlocuteurs.
- Négocier, argumenter, persuader.
- Développer une attitude assertive et positive.

3. MOBILISER LES SAVOIRS ET SAVOIR-FAIRE PROPRES AUX RELATIONS PUBLIQUES

- Définir sa mission en adéquation avec les enjeux et stratégies de l'organisation.
- Identifier les réseaux d'information relatifs aux activités de l'organisation et élaborer une fonction de « veille de l'actualité ».
- Exploiter les ressources des milieux médiatiques avec les instruments de travail adéquats.
- Comprendre et pratiquer activement les différents langages de communication langues parlées et écrites, langages audiovisuels et multimédia, communication non verbale.
- Utiliser et optimiser les techniques et outils de communication ; en suivre les évolutions.
- Élaborer et respecter un budget dans le cadre de ses activités.

4. ANALYSER LES DONNÉES UTILES À LA RÉALISATION DE SA MISSION DANS UNE DÉMARCHE SYSTÉMIQUE

- Assurer la cohérence de l'« image d'entreprise ».
- Identifier les carences de communication de l'entreprise, proposer les moyens d'y remédier et impulser les améliorations.
- Réaliser un audit interne/externe de communication de l'entreprise.
- Évaluer l'impact de toute action de communication.
- Élaborer un projet économique et social.
- Interpréter et exploiter les résultats d'enquêtes et de sondages.

5. S'ORGANISER : STRUCTURER, PLANIFIER, COORDONNER, GÉRER DE MANIÈRE RIGOUREUSE LES ACTIONS ET LES TÂCHES LIÉES À SA MISSION

- Se créer un réseau de relations.
- Mettre en place des stratégies de communication et d'information en adéquation avec les objectifs poursuivis.
- Planifier et coordonner les projets et les tâches, fixer les priorités, veiller au suivi opérationnel des actions programmées.
- Motiver ses collaborateurs et gérer les équipes.
- Gérer les problèmes sociaux et interpersonnels, anticiper et résoudre les conflits



Dispositifs de formation

L'étudiant est appelé à être le principal acteur de sa formation : par son implication dans les cours et dispositifs pédagogiques proposés, par sa participation dans les projets de la section.

Nous proposons un dispositif pédagogique qui se distingue aussi par :

UN ACCOMPAGNEMENT DE PROXIMITÉ

La qualité de l'accueil, la disponibilité des enseignants et l'ambiance conviviale contribuent au succès rencontré par notre formation.

La taille humaine de la section permet à l'étudiant d'être connu et reconnu dans ses compétences et ses difficultés.

LA PROMOTION DE LA RÉUSSITE

- Journée d'accueil avec des activités d'intégration
- Parrainage et tutorat par des étudiants de deuxième année
- Modules de méthodologie (prise de notes, profil d'apprenant, lecture des consignes, gestion du temps, gestion du blocus)
- Rencontre individuelle en novembre et en février pour les étudiants de la première année et aussi pour les deuxièmes années en février + signature de la charte d'engagement et analyse des résultats obtenus.

OUVERTURE À L'INTERNATIONAL ET À LA CULTURE

Notre Haute Ecole participe activement aux programmes européens Erasmus+ et Erasmus Belgica permettant aux étudiants d'effectuer une partie de leur cursus scolaire au sein d'institutions d'enseignement supérieur partenaires ou d'effectuer un stage sur le territoire européen ou en Flandre.

D'autres programmes permettent également aux étudiants de se former hors Europe (Canada, USA, Australie,...)

En collaboration avec des Hautes Ecoles de Courtrai, de Bruges, de Lisbonne, de Paris et de Durham (UK) , nous avons mis sur pied un projet (HED COM) consistant à développer des stratégies de communication sur divers sujets. Nos étudiants communiquent ainsi via les réseaux sociaux avec les étudiants de toutes les écoles participantes. Au terme de leur travail, une rencontre est programmée dans un des pays organisateurs afin de partager les productions et expériences de chacun.

Des voyages d'études permettent aux étudiants de mettre en pratique le volet « communication » de la formation. Les maîtres-mots des voyages organisés par les professeurs de langues en deuxième et troisième années ; destinations variées, visites culturelles et pratique des langues étrangères.



Perspectives et débouchés professionnels

POUR QUEL AVENIR ?

Le monde du travail est en demande constante de professionnels de la communication. Une large palette de débouchés s'offre à nos diplômés...

- Relations publiques (domaines : culturel, politique, sportif, diplomatie, entreprises publiques ou privées)
- Chargé de communication interne ou externe
- Consultant (en communication, recrutement...)
- Responsable commercial
- Manager
- Responsable ressources humaines
- Responsable clientèle (banque, assurances, salaires)
- Gestionnaire et planificateur de projets
- Organisateur d'événements (culturels, protocolaires, sportifs, festifs...)

ET APRÈS ... POURQUOI NE PAS POURSUIVRE DES ÉTUDES ?

Le bachelier en Relations Publiques peut être admis régulièrement aux études universitaires en vue de l'obtention d'un diplôme de master en...

- Communication appliquée section Animation socioculturelle et Education permanente
- Publicité et communication – Information et Communication
- Journalisme
- Relations publiques
- Sciences du travail
- Science et gestion du tourisme
- Sciences commerciales
- Traduction,...

Moyennant une certaine expérience utile et un diplôme d'aptitude pédagogique, l'enseignement, dans le niveau secondaire, est accessible aux Bacheliers.

**LES RELATIONS PUBLIQUES, UN MÉTIER D'AVENIR ?
A LA HELHA, ON N'Y CROIT PAS... ON EN EST SÛR !!**

HELHA - SECTION RELATIONS PUBLIQUES – RUE TRIEU KAISIN, 136 – 6061 – MONTIGNIES-SUR-SAMBRE

SECRÉTARIAT +32 71 15 98 02

COORDINATRICE ANNE-LOUISE JAUNARD

JAUNARDAL@HELHA.BE