



« Les esprits sont comme les parachutes. Ils ne fonctionnent que quand ils sont ouverts. »

– LOUIS PAUWELS

➤ Un mot sur la communication

On associe généralement la communication aux médias : la télévision, la radio, les journaux, l'autoroute de l'information, les sondages d'opinion, la publicité, etc. Au-delà des moyens de diffusion utilisés, on est appelé à s'interroger sur le processus même de la

communication. Par exemple, quel est le sens et la portée des images et des textes diffusés dans les médias ? Quels sont les effets des médias sur les individus et les sociétés ? Quel est le rôle de la communication dans l'évolution des courants sociaux et politiques ? Qu'est-ce que la planification stratégique en communication ? Comment s'articulent les processus de communication dans différents contextes ? À l'Université de Montréal, nous vous proposons une formation polyvalente qui aborde un ensemble de questions sous-jacentes à la communication dans des situations variées. En misant sur cette approche, nous voulons vous préparer à affronter le monde changeant et complexe de la communication.

➤ Les sciences de la communication à l'UdeM

APERÇU DU PROGRAMME

- ☞ Une structure qui comprend un cheminement libre et trois orientations :
 - Médias et culture;
 - Communication organisationnelle;
 - Communication et technologie.
- ☞ Un programme axé sur l'analyse contextuelle, le développement de stratégies, l'évaluation d'interventions et la conception d'outils de communication.
- ☞ Une formation qui met l'accent sur l'apprentissage des grandes approches en communication et des méthodologies utilisées dans le domaine.
- ☞ Une gamme de cours spécialisés permettant d'acquérir une formation polyvalente : publicité, relations publiques, planification de communication interne et externe, médias et culture populaire, design d'application d'Internet, industries culturelles, politiques de communication, etc.
- ☞ Une initiation aux principaux contextes, langages et moyens de production ainsi que la familiarisation avec les conditions d'exercice du métier de communicateur.
- ☞ Deux stages optionnels visant la mise en application des apprentissages et l'acquisition d'expériences concrètes en milieu professionnel.
- ☞ La possibilité de compléter le baccalauréat en deux ans, en faisant six trimestres consécutifs (automne, hiver, été).

Pour connaître les conditions d'admission et la structure du programme, consultez le guichet étudiant :
<www.etudes.umontreal.ca>.

À jour : janvier 2009

UN STAGE

À partir de la 2^e année, il est possible d'effectuer un ou deux stages dans un organisme de votre choix : association, entreprise privée, organismes public ou parapublic. Le stage se déroule pendant les sessions régulières ou l'été à temps partiel ou à temps plein. C'est l'occasion d'établir un contact avec le monde professionnel des communications et de préparer son insertion sur le marché du travail.

UNE VIE ÉTUDIANTE DYNAMIQUE

L'association étudiante s'emploie à créer et à maintenir un fort sentiment d'appartenance en multipliant les activités sociales et éducatives. En plus de prendre part aux différents comités départementaux, elle organise des conférences et des tables rondes animées par des spécialistes issus des secteurs de pointe de la communication.

DES ÉTUDES À L'ÉTRANGER

Pour enrichir sa formation, l'étudiant peut séjourner pendant un ou deux trimestres dans une université étrangère grâce à des protocoles d'échanges entre l'Université de Montréal et plusieurs établissements. Pour connaître les différents programmes d'échanges et les possibilités de financement :

<www.intl.umontreal.ca>.

DES BOURSES

Au 1^{er} cycle, l'étudiant est admissible à la bourse Jacqueline-Blouin, au Prix Alma Mater ainsi qu'à la Bourse du doyen et à une bourse d'accueil. Consulter :

<www.com.umontreal.ca/bourses/bourses.html>

et

<www.baf.umontreal.ca>.

Baccalauréat en

sciences de la communication

LE CORPS PROFESSORAL

Les champs d'intérêt du corps professoral témoignent de la diversité des domaines d'enseignement et de recherche au Département. Il s'y réalise des travaux en communication internationale, en communication et politique, en communication informatisée et multimédia, en communication organisationnelle, en philosophie de la communication, en culture et communication et en médias de masse. Ces travaux de recherche nourrissent l'enseignement tant au 1^{er} cycle qu'aux cycles supérieurs. Certains professeurs ont d'ailleurs reçu des prix d'excellence de l'Université de Montréal pour souligner la qualité de leur enseignement.



➤ Marché du travail

SITUATION DES DIPLÔMÉS

Selon la dernière enquête du MELS, *Relance à l'université* (2007), le taux de placement des bacheliers en communication dépasse 90%. De ce nombre, la grande majorité travaille à temps complet et 69% exercent des fonctions liées à leur formation.
< www.meq.gouv.qc.ca/relance/universite/reluni.htm >

PERSPECTIVES D'EMPLOI

Dans les prochaines années, les perspectives d'emploi pour les bacheliers en communication seront satisfaisantes, selon Emploi-Avenir Canada. Le secteur des communications réclame plus que jamais des professionnels polyvalents, dotés d'un esprit critique aiguisé et d'une grande rigueur intellectuelle, des qualités indispensables dans le contexte contemporain.

SECTEURS D'ACTIVITÉ

Les bacheliers en communication exercent leur profession dans une variété de contextes : entreprises, organismes gouvernementaux, firmes-conseils, etc. Ils y occupent des postes d'agents d'information, d'attachés de presse ou de conseillers en communication. Plusieurs travaillent en publicité et relations publiques au sein d'entreprises spécialisées en communication ou au service des communications de grandes entreprises. Ils élaborent des stratégies, effectuent des recherches et des sondages, établissent des relations avec les médias, gèrent des comptes publicitaires. Enfin, d'autres travaillent dans le milieu des médias comme concepteurs, recherchistes ou rédacteurs.

LE DÉPARTEMENT DE COMMUNICATION

Le Département de communication est un chef de file dans deux axes de spécialisation :

- communication et organisation;
- communication, médias et technologies.

En privilégiant ces axes de développement, le Département s'est doté d'une orientation originale qui le distingue des autres départements de communication du Québec et du Canada. À ce jour, il est d'ailleurs l'une des rares unités de recherche et d'enseignement universitaire du Canada à avoir acquis une expertise internationalement reconnue dans ces domaines.

Baccalauréat en

sciences de la communication

➤ **Autres programmes de communication****PREMIER CYCLE****BACCALURÉAT EN COMMUNICATION ET POLITIQUE**

N.B. Pour plus d'information sur ce programme, consultez la fiche correspondante.

MAJEURE EN SCIENCES DE LA COMMUNICATION

Ce programme permet aux étudiants d'explorer les fondements des sciences de la communication (théories, méthodes, langages), de s'initier à la communication organisationnelle et à la communication médiatique (médias, nouvelles technologies) et de réfléchir aux rapports entre les médias et la société. Complété par une mineure ou un certificat en journalisme, en relations publiques, en publicité, en études cinématographiques, en marketing ou dans tout autre domaine d'intérêt pour l'étudiant, il conduit à l'obtention d'un baccalauréat.

MINEURE EN SCIENCES DE LA COMMUNICATION

Ce programme vise à offrir une initiation aux théories, méthodes et langages de la communication. Jumelé à une majeure dans une autre discipline ou à deux autres mineures ou certificats, il conduit à l'obtention d'un baccalauréat.

CYCLES SUPÉRIEURS**MICROPROGRAMME DE 2^e CYCLE**

- **Communication dans les organisations en changement**

MAÎTRISE EN SCIENCES DE LA COMMUNICATION

- **Cheminement libre**
- **Communication organisationnelle**
- **Communication médiatique**

DOCTORAT EN COMMUNICATION➤ **Pour en savoir plus****SUR LE PROGRAMME**

Département de communication
www.com.umontreal.ca
 Téléphone : 514-343-6039

SUR L'ADMISSION

Service de l'admission et du recrutement
www.futursetudiants.umontreal.ca
admissions@regis.umontreal.ca
 Téléphone : 514-343-7076

Des visites guidées du campus ont lieu à quelques reprises pendant l'année.

Vous pouvez également venir nous rencontrer au Salon des études et aux Portes ouvertes, qui se tiennent respectivement en novembre et en février à l'Université de Montréal.

*Pour en savoir davantage :
 <www.umontreal.ca/portesouvertes>.*