

## RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

CODE ARES 056

Date dépôt

Date validation 05/06/2018

### MASTER COMMUNICATION APPLIQUEE SPÉCIALISÉE - RELATIONS PUBLIQUES

FINALITÉ	N.A.	NIVEAU (du Cadre des Certifications)	7
SECTEUR	1° Sciences humaines et sociales	DOMAINE D'ÉTUDES	5° Information et communication
TYPE	LONG	CYCLE	DEUXIÈME
LANGUE (majoritaire)	FRANÇAIS	CRÉDITS	120

#### A. SPÉCIFICITÉ DE LA FORME D'ENSEIGNEMENT

Les Hautes Écoles de la Fédération Wallonie-Bruxelles dispensent un enseignement supérieur poursuivant une **finalité professionnalisante de haute qualification**, associant étroitement apprentissages pratiques et conceptualisation théorique. Les formations proposées s'effectuent au niveau du bachelier et du master (Décret « Paysage », Chap. II, Art. 4, § 1 et 3) ; elles visent le développement de compétences disciplinaires et transversales correspondant aux niveaux 6 (type court) et 7 (type long) du cadre francophone des certifications de l'enseignement supérieur. Dans la lignée du bachelier de transition, le master professionnalisant offre l'opportunité aux étudiants d'approfondir leur formation et de se spécialiser dans leur domaine.

Les **stages** en milieu professionnel constituent une dimension centrale de la formation dispensée par les Hautes Écoles. Ils permettent le développement progressif et intégrateur des compétences requises par l'exercice du métier, tout en autorisant une réflexion sur la pratique professionnelle. La réalisation du travail de fin d'études (TFE) ou du mémoire, qui trouvent dans les stages des terrains de choix, constitue l'aboutissement d'un parcours de formation valorisant pratique professionnelle et recherche s'y appliquant.

En phase avec la société et inspirées par ses enjeux actuels, les Hautes Écoles constituent des lieux privilégiés d'innovation et de création de savoirs. Elles remplissent cette mission de concert avec les communautés de référence, professionnelles et scientifiques, à partir d'un ancrage régional et dans une visée internationale. Les enseignants des Hautes Écoles, femmes et hommes de terrain aux profils variés, sont ainsi engagés dans des recherches-actions et des recherches appliquées qui constituent, avec l'accompagnement des apprentissages, le cœur de leur métier. Ces recherches nourrissent les formations dispensées et permettent l'émergence de nouveaux espaces de réflexion, de mutualisation de savoirs et d'action.

Sur le plan pédagogique, les Hautes Écoles forment des **praticiens réflexifs**, des professionnels capables d'agir dans des contextes en constante mutation et d'apporter à des problèmes complexes des réponses appropriées, créatives et innovantes. Pour assurer leurs formations, les Hautes Écoles déploient un **accompagnement de proximité** (groupes-classes, apprentissage par les pairs, tutorat, mentorat). Pour ce faire, elles recourent à une pédagogie centrée sur l'étudiant, qui prend pleinement la mesure des changements de paradigmes éducatifs, épistémologiques et socio-économiques de la société postmoderne, en privilégiant l'induction, le dialogue des savoirs de divers types (scientifiques, expérimentiels, techniques), la discussion critique, la contextualisation des objets de savoir.

Les Hautes Écoles de la Fédération Wallonie-Bruxelles, mobilisées chacune autour de leur projet pédagogique, social et culturel qui caractérise leur identité propre, assurent enfin une mission éducative essentielle : former non seulement des professionnels innovants, créateurs, capables de faire face à la complexité et à la spécificité de leur environnement, mais aussi des **citoyens engagés et responsables**, soucieux de la collectivité et de son bien-être. C'est pourquoi les Hautes Écoles valorisent, outre le développement de compétences professionnelles, l'acquisition de **compétences transversales**, de nature organisationnelle, relationnelle, communicationnelle et réflexive.

## **B. SPÉCIFICITÉ DE LA FORMATION**

Le Master en communication spécialisées - Relations publiques est à même d'exercer son activité dans tout type d'organisation publique ou privée, marchande ou non marchande, nationale ou internationale, de petite, moyenne ou grande taille.

Professionnellement, le Master en communication appliquée spécialisée - Relations publiques se caractérise par sa capacité d'écoute des acteurs et d'analyse des différents facteurs qui conditionnent son action de communication en amont.

Il exerce une profession à forte composante managériale et est, à ce titre, souvent amené à coordonner, voire à gérer une équipe.

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.

L'action du Master en communication appliquée spécialisée - Relations publiques revêt dès lors une dimension stratégique importante, au sens où elle est intimement liée aux décisions de la direction générale sur l'avenir de l'organisation.

Il agit comme interface entre les toutes parties prenantes au devenir de l'organisation, à l'interne comme à l'externe de celle-ci. Pour ce faire, il comprend et maîtrise les langages spécifiques aux différents médias de la communication : la parole, l'écriture, l'image fixe ou animée, le son et le multimédia, souvent dans un contexte multilingue. Les technologies de l'information et de la communication constituent pour lui des outils familiers.

Le Master en communication appliquée spécialisée – Relations publiques veille à la légitimité de son action et permet aux publics ciblés par sa communication d'être informés, concernés, responsables et solidaires, selon les termes du code de déontologie.

## **C. COMPÉTENCES VISÉES PAR LA FORMATION**

### **1- Evaluer, questionner et actualiser son savoir et ses pratiques**

- Prendre un recul critique par rapport au sens et à la pertinence de sa pratique (réflexion praxéologique)
- Evaluer et actualiser en permanence ses connaissances (métacognition) et compétences
- Comprendre et articuler à ses connaissances les apports de disciplines différentes (interdisciplinarité)
- Mobiliser son savoir autour de projets de recherche action (recherche appliquée)

### **2- Ecouter le corps social et comprendre son organisation**

- Se repérer dans les rapports sociaux
- Constituer et entretenir un réseau de relations internes et externes
- Identifier les leaders d'opinion formels et informels
- Capter les signaux faibles ou implicites
- Concevoir un questionnaire ou un guide d'entretien et en interpréter les résultats
- Appréhender la diversité culturelle au sein de son organisation

### **3- Analyser de manière prospective le contexte de sa communication**

- Identifier les sources d'information
- Structurer par priorités les résultats de la recherche d'information
- Analyser les facteurs sociaux, technologiques, économiques, environnementaux et politiques déterminant le marché, le secteur d'activité et l'organisation
- Analyser les points forts et les points faibles de l'organisation par rapport à un projet donné
- Comprendre, analyser et intégrer les mécanismes du changement

#### **4- Conseiller les organes de décision**

- Convaincre le décideur d'intégrer la communication dans la gestion stratégique de l'organisation
- Assurer le relais de l'information de la base opérationnelle vers le décideur
- Rédiger des documents d'aide à la décision
- Apporter au décideur un éclairage communicationnel sur les situations de résolution de problèmes, de crises et de conflits

#### **5- Planifier et structurer la communication**

- Elaborer des plans de communication structurés par étapes
- Veiller à une complète cohérence entre les objectifs visés, les publics ciblés, les messages émis et les moyens mis en œuvre
- Présenter une estimation chiffrée des ressources financières, matérielles et humaines nécessaires à la réalisation de l'action de communication planifiée, ainsi qu'un échéancier approprié à la gestion du projet
- Intégrer aux différentes étapes du plan de communication des indicateurs d'impact en vue de l'évaluation permanente de son développement

#### **6- Concevoir, élaborer et optimiser les messages et les supports de communication**

- Concevoir et rédiger des documents professionnels
- Comprendre les langages spécifiques et maîtriser la composante technique des différents médias vecteurs de la communication : l'oral, l'écrit, la photo, le son, la vidéo, le graphisme et le multimédia
- Tenir compte du public dans l'élaboration de supports de communication
- Prendre en compte le cahier des charges remis par le donneur d'ordre et le traduire en contraintes de réalisation

#### **7- Evaluer et rendre compte de l'impact de la communication**

- Appliquer les méthodologies d'audit de la communication interne et externe
- Appliquer les méthodologies d'évaluation de la communication
- Maîtriser les techniques d'entretien individuel et par focus groups
- Elaborer et interpréter les résultats de questionnaires d'évaluation

#### **8- Créer et maintenir l'image et la réputation de l'organisation**

- Rédiger des communiqués de presse efficaces et informatifs
- Organiser des conférences de presse attractives et informatives
- Commenter et présenter le bilan de son organisation, notamment sur le plan financier
- Organiser des événements mobilisateurs pour les différentes parties prenantes
- Mettre en place et animer une veille stratégique autour des activités de son organisation
- S'exprimer avec aisance et clarté en public, face au micro ou à la caméra

#### **9- Développer la dynamique collective au sein de l'équipe de communication**

- Organiser le travail des différents membres de son équipe
- Motiver et donner confiance aux membres de son équipe
- Inciter les membres de son équipe au partage des connaissances et expériences, ainsi qu'à la recherche de l'innovation
- Valoriser la contribution de chaque membre de son équipe et susciter la prise de responsabilités
- Activer les échanges interculturels au sein de son équipe