

# RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

CODE ARES 125

Date dépôt

Date validation 05/06/2018

## BACHELIER EN RELATIONS PUBLIQUES

FINALITÉ	N.A.	NIVEAU (du Cadre des Certifications)	6
SECTEUR	1° Sciences humaines et sociales	DOMAINE D'ÉTUDES	9° Sciences économiques et de gestion
TYPE	COURT	CYCLE	PREMIER
LANGUE (majoritaire)	FRANÇAIS	CRÉDITS	180

### 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, expérientiels, 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**

La formation de bachelier en relations publiques se réfère au niveau 6 du CEC.

Elle a pour mission de préparer les étudiants à être des citoyens actifs dans une société démocratique, les préparer à leur future carrière, permettre leur épanouissement personnel, créer et maintenir une large base et un haut niveau de connaissances, stimuler la recherche et l'innovation.

### **PROFIL PROFESSIONNEL**

Le bachelier en relations publiques est un collaborateur d'une entreprise, d'une organisation publique, privée ou d'une personnalité. Comme salarié ou comme indépendant, il a en charge les relations entre l'organisation ou la personne qu'il représente et les tiers, publics internes et externes.

A ce titre, il assure la gestion et la promotion de l'identité et de l'image de l'organisation. En fonction de la stratégie fixée, il développe la cohérence, l'efficacité et la qualité formelle de l'information et de la communication internes et externes. Il met en œuvre toute action et tout réseau de communication visant d'une part à améliorer l'intégration et le bien-être des collaborateurs, et d'autre part à faciliter les relations entre l'organisation et son environnement.

Il définit, met en œuvre et assure le suivi de la politique de responsabilité sociale de son organisation envers ses parties prenantes. Il contribue à la gestion des risques et à la communication de crise.

Dans un contexte national et international, il entretient des échanges dans plusieurs langues ; il assure les communications institutionnelles, événementielles, économiques, politiques, sociales.

Dans ses missions, il s'adapte aisément à son environnement et à tout changement. Il s'imprègne de la culture de son organisme et possède des connaissances générales dans les domaines économiques, politiques, sociaux et culturels. Il collabore avec les différents départements, en particulier les ressources humaines et le marketing.

Il exploite et recoupe les différentes sources d'information, opte pour les supports adaptés aux publics ciblés, mobilise les ressources techniques et les outils adéquats.

Dans l'exercice de ses fonctions, il respecte l'éthique du métier, les bonnes pratiques, le protocole et le savoir-vivre professionnel tout en faisant preuve d'esprit critique, de responsabilité et de respect d'autrui.

## **C. COMPÉTENCES VISÉES PAR 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, proactivité 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