







Certificat en publicité et communication créative

FACULTÉ DE L'ÉDUCATION PERMANENTE

Sommaire et particularités

NUMÉRO	1-390-5-2
CYCLE	1 ^{er} cycle
TITRE OFFICIEL	Certificat en publicité et communication créative
TYPE	Certificat
CRÉDITS	30 crédits
DURÉE	1 an

- Admission à l'automne et à l'hiver
- Nouveau programme
-  Capacité d'accueil non limitée
-  Temps plein
-  Temps partiel
-  Offert au campus de Montréal
-  Les cours du programme sont surtout offerts le soir. Des cours du programme sont également offerts au campus de l'UdeM à Longueuil.
-  Des cours du programme peuvent être offerts le samedi et le dimanche.

Personnes-ressources

INFORMATION SUR LE PROGRAMME

Sylvain Desrochers 514 343-6111 poste 2921
sylvain.desrochers@umontreal.ca

Julie Malenfant 514 343-6975
julie.malenfant@umontreal.ca

INFORMATION SUR L'ADMISSION

Admission FEP 514 343-6090 ou 1 800 363-8876
info@fep.umontreal.ca

Présentation

Le programme permet aux étudiants l'acquisition de connaissances innovantes en communication créative afin de devenir un intervenant de qualité et efficace dans la gestion de mandats variés.

Le volet numérique est transversal au programme et l'étudiant se familiarisera avec ses diverses composantes. Il développera aussi des compétences personnelles essentielles pour naviguer dans ce milieu exigeant. Un atelier d'intégration avec la participation d'un client annonceur lui donnera la possibilité d'acquérir une expérience réelle.

Objectifs

Ce programme vise à former des étudiants qui, par l'acquisition de connaissances spécifiques de communication créative, deviendront des publicitaires dynamiques, innovants, en mesure d'élaborer des stratégies mettant de l'avant des solutions nouvelles et pertinentes aux défis communicationnels d'aujourd'hui et de demain. Ces étudiants acquerront aussi des compétences de savoir-être leur permettant de s'intégrer et de cheminer dans un milieu sans cesse innovant.

1. Poser un diagnostic stratégique de l'environnement publicitaire;
2. Participer à l'élaboration complète d'un plan de communication créative
3. Appliquer des solutions communicationnelles créatives, pertinentes et adaptées aux mandats confiés;
4. Assurer la gestion, le suivi, l'optimisation et l'évaluation de projets traditionnels ou numériques en matière de communication créative;
5. Démontrer les habiletés et les attitudes requises pour collaborer efficacement au sein d'une équipe multidisciplinaire.

Forces

- Un programme conçu en tenant compte des **réalités du milieu**.
- Enseignement dispensé **par des praticiens**.
- **Conférenciers invités**.
- Développement et communication de marques, analyses de données, gestion de projets communicationnels, achats médias, innovations et créations de contenus.

Conditions d'admissibilité

Pour être admissible, le candidat doit:

- Base DEC
 - être titulaire d'un diplôme d'études collégiales (DEC) ou faire la preuve d'une formation équivalente au DEC.
- Base universitaire
 - avoir réussi 30 crédits de niveau universitaire ou l'équivalent
 - dans un programme (mineure, majeure, certificat, baccalauréat).
- Si le candidat ne répond pas à l'une ou l'autre des bases d'admissibilité décrites ci-dessus, la Faculté pourra lui suggérer de suivre le programme Accès-FEP. La réussite de ce programme est une condition préalable à une admission au certificat.

Exigence de français à l'admission

Pour être admissible, tout candidat doit fournir la preuve d'un niveau de connaissance du français correspondant à celui exigé pour ce programme d'études. À cette fin, il doit :

- soit avoir réussi l'Épreuve uniforme de français langue et littérature, au collégial, du ministère de l'Éducation et Enseignement supérieur du Québec.
- soit avoir obtenu au minimum 785/990 au TFI ou C1 en compréhension orale et en compréhension écrite au TEF, TCF, DELF ou DALF (voir la liste détaillée des tests et diplômes acceptés) au cours des 24 mois précédant le début du trimestre d'études visé par la demande d'admission.

Remarques

- Dans ce programme, l'étudiant s'inscrit généralement à temps partiel (moins de 12 crédits par trimestre). S'il s'inscrit à temps plein, il n'est pas assuré de pouvoir compléter son programme en un an.
- La vérification des antécédents judiciaires est obligatoire pour toute personne qui désire œuvrer au sein d'un établissement de santé, de services sociaux et d'enseignement, y compris l'étudiant qui effectue un stage en milieu d'intervention.
- Certains vaccins seront exigés pour toute personne qui désire œuvrer au sein d'un établissement de santé, de services sociaux, y compris l'étudiant qui effectue un stage en milieu d'intervention.

Dates limites de dépôt des demandes d'admission

Assurez-vous de respecter ces périodes d'admission par trimestre avant le dépôt d'une demande.

Automne

- **Automne 2021:** Du 15 août 2020 au 1^{er} juin 2021

Hiver

- **Hiver 2021:** Du 15 août 2020 au 18 novembre 2020

Structure du programme (1-390-5-2)

Version 00 (A20)

Le certificat comporte 30 crédits.

Légende: CR. : crédit, H. : horaire, J : jour, S : soir

SEGMENT 70

Les crédits du certificat sont répartis de la façon suivante : 18 crédits obligatoires et 12 crédits à option.

Bloc 70A Formation obligatoire

Obligatoire - 18 crédits.

COURS	TITRE	CR.H.	COURS	TITRE	CR.H.
PBT 1001	Communication commerciale	3.0S	PBT 2006	Créativité commerciale et numérique	3.0J
PBT 1004	Communication créative et médias	3.0J	PBT 2009	Recherches et stratégies publicitaires	3.0S
PBT 1111	Rédaction créative en publicité	3.0S	PBT 3010	Atelier d'intégration	3.0S

Bloc 70B Idéation et gestion créative

Option - Minimum 9 crédits, maximum 12 crédits.

COURS	TITRE	CR.H.	COURS	TITRE	CR.H.
PBT 1002	Culture, marques et contenus	3.0S	PBT 3008	Activation de marques	3.0
PBT 2007	Gestion créative de projets	3.0	PBT 3009	Communication relationnelle	3.0S
PBT 2008	Communication numérique	3.0S	PBT 3600	Relève communication	3.0
PBT 2010	Médias numériques	3.0S			

Bloc 70C Instruments complémentaires

Option - Maximum 3 crédits.

COURS	TITRE	CR.H.	COURS	TITRE	CR.H.
CRE 1001	Fondements de la créativité	3.0	IFT 1912	Initiation aux chiffriers électroniques	3.0S
CRE 1002	Outils et techniques de résolution de problèmes	3.0S	IFT 1935	Initiation au graphisme par ordinateur	3.0J S
HOR 1200	Horizon: Risques et défis du XXI ^e siècle	3.0S	IFT 1941	Traitement et montage vidéo	3.0J S

Programmes d'études à explorer

D'autres candidats intéressés par ce programme ont aussi déposé une demande d'admission dans les programmes suivants :

PROGRAMMES D'ÉTUDES	TYPE	CRÉDITS	NUMÉRO	PÉRIODE
Communication (Sciences)	Baccalauréat	90 crédits	1-225-1-0	Jour
Communication appliquée	Certificat de 1 ^{er} cycle	30 crédits	1-226-5-1	Soir
Journalisme	Certificat de 1 ^{er} cycle	30 crédits	1-405-5-0	Soir
Relations publiques	Certificat de 1 ^{er} cycle	30 crédits	1-400-5-0	Soir

Règlement des études de 1^{er} cycle

Consulter les règlements des études de 1^{er} cycle : <http://secretariatgeneral.umontreal.ca/documents-officiels/reglements-et-politiques/reglement-des-etudes-de-premier-cycle/>

Règlement propre à ce programme d'études

Les études sont régies par le Règlement des études de premier cycle et par les dispositions suivantes :

Art. 6.3 Régime d'inscription

L'étudiant s'inscrit à temps plein ou à temps partiel.

- À temps plein, l'étudiant s'inscrit à un minimum de 12 crédits et à un maximum de 18 crédits par trimestre.
- À temps partiel (moins de 12 crédits par trimestre), l'étudiant doit s'inscrire à un minimum de trois crédits en quatre trimestres consécutifs.

Art. 6.4 Prescriptions d'inscription

Le cours PBT1001 doit être suivi dès le premier trimestre de l'inscription.

Art. 6.10 Scolarité

La scolarité minimale du programme est de trois trimestres, la scolarité maximale, de quatre années.

Art. 11.2 Moyenne déterminant le cheminement dans le programme

La moyenne cumulative, calculée à la fin de chaque trimestre, détermine la progression dans le programme.

Art. 13.4 Modalité de reprise à la suite d'un échec à un cours

De façon générale, l'étudiant qui échoue un cours doit le reprendre ou, avec approbation de l'autorité compétente, lui substituer un autre cours.

Art. 14.1 Système de promotion

La promotion par cours prévaut dans le programme.

Art. 18 Octroi de grades et attestations

La réussite du programme donne droit au certificat en publicité et communication créative. Le programme est associé au secteur arts lorsqu'il contribue à l'obtention d'un baccalauréat par association de programmes.