Normes pour le programme : Publicité et communications marketing

Ces normes approuvées par le ministère de la Formation et des Collèges et Universités, mènent à l'obtention d'un Diplôme d'études collégiales de l'Ontario pour le programme postsecondaire Publicité et communications marketing (code MFCU 52100) offert par les collèges d'arts appliqués et de technologie de l'Ontario.

Ministère de la Formation et des Collèges et Universités
Avril 2011

Pour la reproduction du document

Nous accordons la permission aux collèges d'arts appliqués et de technologie et aux établissements d'enseignement ou écoles de reproduire ce document en totalité ou en partie, par écrit ou électroniquement, aux fins suivantes :

1. Un collège d'arts appliqués et de technologie en Ontario ou une école peut reproduire ce document pour renseigner les apprenants, les candidats potentiels, les membres des comités consultatifs de programmes et pour la mise en œuvre de ce programme.

2. Un établissement d'enseignement ou une école peut reproduire ces normes pour informer les candidats intéressés à s'inscrire à ce programme dans un collège d'arts appliqués et de technologie de l'Ontario.

Conditions:

1. Chaque reproduction doit porter l'inscription « Droit d’auteur © Imprimeur de la Reine pour l’Ontario, 2011 », au début du document ou de toute partie reproduite.
2. Il est toutefois interdit d'utiliser ce document à d'autres fins que celles susmentionnées et d'en faire la vente.
3. Le ministère de la Formation et des Collèges et Universités (MFCU) se garde le droit de révoquer la permission de reproduire ce document.

Pour obtenir la permission de reproduire ce document, en totalité ou en partie, à d'autres fins que celles susmentionnées, veuillez communiquer avec la :

Direction des programmes
Unité des normes relatives aux programmes et de l’évaluation
Ministère de la Formation et des Collèges et Universités

psu@ontario.ca

Veuillez faire parvenir toute demande de renseignements sur ce programme à un collège d'arts appliqués et de technologie de l'Ontario qui offre ce programme.

Veuillez faire parvenir toute demande de renseignements sur les normes de ce programme à l'adresse susmentionnée.

© Imprimeur de la Reine pour l’Ontario, 2011

ISBN 978-1-4435-6693-3 (PDF)

This document is also available in English.

Remerciements

Le ministère de la Formation et des Collèges et Universités aimerait remercier les nombreux partenaires et organismes qui ont participé à l’élaboration des normes de ce programme. Le ministère aimerait tout particulièrement souligner le rôle important :

- de toutes les personnes et organisations qui ont participé à la consultation provinciale ;

- des coordonateurs du programme Publicité et communications marketing pour leur contribution à ce projet ainsi que les personnes chargées du projet de l’élaboration des normes soient Susan Lomas de *Algonquin College* et Mireille Deshaies de La Cité collégiale ;

- des personnes et des organismes qui ont participé aux sessions d’élaboration ou de révision et d'adaptation des normes en langue française ;

- des membres des comités consultatifs de programme pour leur contribution et leur appui.

Table des matières

I. Introduction 1

L'initiative d'élaboration des normes des programmes collégiaux 1

Les normes 1

Les normes de programme 2

Les résultats d'apprentissage de la formation professionnelle 2

L'élaboration des normes de programme 2

La mise à jour des normes 3

La spécificité francophone 3

II. Les résultats d'apprentissage de la formation professionnelle 4

Le préambule 4

Sommaire des résultats d'apprentissage de la formation professionnelle 5

Les résultats d'apprentissage de la formation professionnelle ..... 6 – 14

Glossaire 15-16

III. Les résultats d'apprentissage relatifs à l'employabilité 17

Contexte 17

Domaines des résultats d'apprentissage relatifs à l'employabilité 17

Application et Mise en œuvre ..... 18 - 19

IV. La formation générale 20

Exigences 20

But 20

Thèmes ..... 21 - 23

I. Introduction

Ce document présente les normes du programme postsecondaire Publicité et communications marketing offert par les collèges d'arts appliqués et de technologie de l'Ontario (code MFCU 52100) et menant à l'obtention d'un Diplôme d'études collégiales de l'Ontario.

L'initiative d'élaboration des normes des programmes collégiaux

En 1993, le gouvernement de l'Ontario mettait sur pied l'initiative d'élaboration des normes des programmes collégiaux dans le but d'harmoniser dans une plus grande mesure les programmes collégiaux offerts dans toute la province, d'élargir l'orientation de ces programmes pour assurer que les personnes titulaires d'un certificat ou d'un diplôme acquièrent la faculté de s'adapter et continuent à apprendre, et de justifier auprès du public la qualité et la pertinence des programmes collégiaux.

L'unité des normes relatives aux programmes et de l'évaluation du ministère de la Formation et des Collèges et Universités a le mandat d'élaborer, de réviser et d'approuver les normes des programmes postsecondaires pour l'ensemble des collèges d'arts appliqués et de technologie de l'Ontario.

Les normes

Les normes s'appliquent à tous les programmes postsecondaires similaires offerts par les collèges ontariens. Elles sont de trois ordres :

- les résultats d'apprentissage de la **formation professionnelle** ;
- les résultats d'apprentissage **relatifs à l'employabilité** ;
- les exigences de la **formation générale**.

Ces normes déterminent les connaissances, les aptitudes et les attitudes essentielles que l'apprenant doit démontrer pour obtenir son certificat ou son diplôme dans le cadre du programme.

Chaque collège d'arts appliqués et de technologie qui offre ce programme conserve l'entière responsabilité de l'organisation et des modes de prestation du programme. Le collège a également la responsabilité d'élaborer, s'il y a lieu, des résultats d'apprentissage locaux pour répondre aux besoins et aux intérêts régionaux.

Les normes de programme

Les résultats d’apprentissage représentent la preuve ultime de l’apprentissage et de la réussite. Il ne s’agit pas d’une simple liste de compétences distinctes ou d’énoncés généraux portant sur les connaissances et la compréhension. Les résultats d’apprentissage ne doivent pas être traités de façon isolée mais plutôt vus comme un tout. Ils décrivent les éléments du rendement qui démontrent que les personnes titulaires d’un certificat ou d’un diplôme du programme ont réalisé un apprentissage significatif, et que ceci a été vérifié.

Les normes assurent des résultats comparables pour les personnes titulaires d’un certificat ou d’un diplôme d'un programme, tout en permettant aux collèges de prendre des décisions sur l'organisation et les modes de prestation du programme.

Les résultats d’apprentissage de la formation professionnelle

Les **résultats d'apprentissage** représentent les connaissances, les aptitudes et les attitudes que l'apprenant doit démontrer pour avoir droit au certificat ou au diplôme.

Les **éléments de performance** rattachés aux résultats d'apprentissage définissent et précisent le niveau de performance nécessaire à l'atteinte du résultat d'apprentissage. Ils représentent les étapes à franchir en relation avec les résultats d'apprentissage. La performance des apprenants doit être évaluée en fonction des résultats d'apprentissage et non en fonction des éléments de performance.

L’élaboration des normes de programme

Le gouvernement de l'Ontario a décrété que tous les programmes d'études collégiales postsecondaires devraient, en plus des résultats d’apprentissage de la formation professionnelle, viser un ensemble plus large des résultats d’apprentissage relatifs à l’employabilité. Cette combinaison devrait assurer que les personnes titulaires d’un certificat ou d’un diplôme possèdent les aptitudes requises pour réussir leur vie professionnelle et personnelle.

L'élaboration des normes de la formation professionnelle repose sur un vaste processus de consultation auquel participent des personnes et organismes du domaine : employeurs, associations professionnelles, personnes titulaires d’un certificat ou d’un diplôme, apprenants, personnel scolaire et cadre, représentants de divers établissements. Selon ces divers intervenants, les résultats d’apprentissage de la formation professionnelle représentent le plus haut degré d'apprentissage et de performance que les personnes titulaires d’un certificat ou d’un diplôme doivent atteindre dans le cadre du programme.

La mise à jour des normes

Afin que ces normes reflètent convenablement les besoins des étudiants et du marché du travail de la province de l’Ontario, le ministère de la Formation et des Collèges et Universités effectuera périodiquement la révision de la pertinence des résultats d'apprentissage de la formation professionnelle du programme Publicité et communications marketing. Pour vous assurer que cette version des normes est la plus récente, veuillez communiquer avec le ministère de la Formation et des Collèges et Universités à l'adresse indiquée au début de ce document.

La spécificité francophone

De façon générale, les normes d'un programme de langue française sont similaires à celles d'un programme offert en anglais. Par contre, la révision des normes de programmes offerts en français a, dans certains cas, entraîné une adaptation visant une réponse plus conforme aux besoins des francophones. La reconnaissance de la spécificité et des besoins de la communauté francophone a exigé l'ajout de deux résultats d'apprentissage relatifs à l’employabilité, l'un dans le domaine des communications et l'autre dans le domaine des relations interpersonnelles.

En ce qui concerne les résultats d'apprentissage de la formation professionnelle, ils font l'objet d'une révision et d'une adaptation effectuées par un groupe d'experts pour chacun des programmes postsecondaires.

II. Les résultats d’apprentissage de la formation professionnelle

Les personnes titulaires d'un diplôme du programme Publicité et communications marketing doivent démontrer qu'elles ont atteint en matière de formation professionnelle les huitrésultats d'apprentissage sous mentionnés ainsi que les résultats d'apprentissage relatifs à l'employabilité et les exigences de la formation générale.

Le Préambule

Les personnes diplômées du programme Publicité et communications marketing reçoivent un Diplôme d’études collégiales des Collèges d’arts appliqués et de technologie de l’Ontario. Elles sont aptes à travailler dans une industrie en constante évolution, soit celle de publicité et des communications marketing*, un volet essentiel du marketing mix d’un grand nombre d’organisations.

Les organisations font appel à la publicité et aux communications marketing* pour promouvoir leurs idées, leurs services et leurs produits. L’atteinte des résultats d’apprentissage de la formation professionnelle permet aux personnes diplômées du programme Publicité et communications marketing d’appliquer les principes de publicité, de marketing et de communications afin de déterminer les objectifs de publicité et communications marketing* de leurs clients. En outre, elles peuvent démontrer des habiletés en recherche et des méthodologies novatrices ainsi que des stratégies et des tactiques créatives afin de contribuer à l’élaboration de plans de publicité et de communications marketing*. Elles peuvent présenter et défendre ces plans de façon persuasive et collaborer à la préparation de matériel et d’outils créatifs de publicité et de communications marketing* en faisant appel à des habiletés en communication orale et écrite et aux technologies en usage dans l’industrie. Les personnes diplômées peuvent également contribuer à l’évaluation de l’efficacité des initiatives de publicité et de communications marketing*. Les personnes diplômées peuvent participer à la surveillance des projets et respecter des échéanciers et des budgets. Enfin, elles accompliront leur travail conformément aux lois, aux normes de l’industrie et aux pratiques commerciales en vigueur au Canada.

L’industrie de la publicité et des communications marketing* étant très diversifiée et en croissance, les personnes diplômées peuvent travailler dans de nombreux organisations des secteurs public et privé, notamment les soins de santé, l’éducation, les établissements financiers, les sociétés manufacturières, les organisations à but non lucratif et les organismes dans les domaines de la publicité et des communications marketing*. Elles trouveront des possibilités d’emploi auprès d’annonceurs (clients) ou d’agences de publicité et de communications marketing offrant des services intégrés ou des services spécialisés, ainsi que dans des entreprises dans le domaine des médias (p. ex., conception, planification et placement médias, ventes, gestion de comptes, marketing, production, relations publiques, communications Internet et promotion des ventes).

Les personnes diplômées du programme Publicité et communications marketing sont incitées à souscrire au principe d'apprentissage tout au long de la vie et de perfectionnement professionnel continu. Les collèges d'arts appliqués et de technologie de l'Ontario (CAAT) et les organismes professionnels offrent de nombreuses possibilités de perfectionnement dans le domaine des communications marketing*.

Les personnes diplômées du programme Publicité et communications marketing reçoivent un Diplôme d'études collégiales des Collèges d'Arts Appliqués et de Technologie de l'Ontario. Elles sont aptes à travailler dans une industrie en constante évolution, soit celle de la publicité et des communications marketing*, un volet essentiel du marketing mix d'un grand nombre d'organisations.

* Voir le glossaire

Sommaire des résultats d'apprentissage de la formation professionnelle Publicité et communications marketing – diplôme

La personne diplômée a démontré de façon fiable son habileté à :

1. **identifier les objectifs des clients et être à leur écoute en matière de publicité et de communications marketing*, en appliquant les principes du marketing et des communications.**
2. **effectuer une segmentation du marché*, identifier le public cible* d'une organisation et définir le comportement du consommateur de chaque segment.**
3. **élaborer, présenter et défendre de façon persuasive un plan de publicité.**
4. **contribuer à l'évaluation de l'efficacité des initiatives de publicité et de communications marketing*.**
5. **collaborer à l'élaboration de supports de publicité et de communications marketing* en respectant les lois canadiennes, les normes de l'industrie et les pratiques commerciales en vigueur.**
6. **participer à l'élaboration de solutions novatrices pour aborder des défis de publicité et de communications marketing*.**
7. **contribuer à la planification, la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation de projets en appliquant les principes de gestion de projets.**
8. **exécuter en temps opportun toutes les tâches de façon éthique et professionnelle.**

Note : Les résultats d'apprentissage ont été numérotés à titre de référence, et la numérotation n'indique aucun ordre de priorité ou d'importance.

Résultats d’apprentissage de la formation professionnelle

1. *La personne diplômée a démontré de façon fiable son habileté à :*

identifier les objectifs des clients et être à leur écoute en matière de publicité et de communications marketing*, en appliquant les principes du marketing et des communications.

Éléments de performance :

- discuter comment les fonctions publicité et communications marketing* appuient une décision stratégique ;
- intégrer tous les composants d’un marketing mix ;
- définir le rôle de la publicité et des communications marketing* dans la réalisation d’objectifs de communication particuliers dans les entreprises à but lucratif ainsi que dans les organisations à but non lucratif ;
- définir le positionnement d’une marque et d’un produit ;
- décrire les pratiques commerciales pertinentes à l’exploitation efficace d’une agence de publicité ;
- appliquer les processus de publicité et de communications marketing* pour aborder les enjeux de communication des clients.

2. *La personne diplômée a démontré de façon fiable son habileté à :*

effectuer une segmentation du marché*, identifier le public cible* d'une organisation et définir le comportement du consommateur de chaque segment.

Éléments de performance :

- recueillir et interpréter des renseignements tirés d'une segmentation du marché* et discuter du comportement du consommateur de chaque segment ;
- compiler, comparer, présenter et utiliser les résultats d'études de recherche qualitative ou quantitative portant sur un défi particulier de publicité ou de communications marketing* ;
- discuter de l'utilisation de données primaires et secondaires* tirées d'une recherche pour un défi particulier de publicité ou de communications marketing* ;
- discuter des techniques de sondage et des facteurs qui affectent la détermination de la taille d'un échantillon pour un défi particulier de publicité ou de communications marketing* ;
- recueillir des données qualitatives et quantitatives de diverses sources relatives à un défi particulier de publicité ou de communications marketing* (p. ex., par des entrevues ou des sondages).

3. *La personne diplômée a démontré de façon fiable son habileté à :*

élaborer, présenter et défendre de façon persuasive un plan de publicité.

Éléments de performance :

- effectuer une analyse des forces, faiblesses, possibilités et menaces (FFPM) d'une organisation qui présente un défi particulier de publicité ou de communications marketing* ;
- définir le public cible* pour un défi particulier de publicité ou de communications marketing* ;
- utiliser des profils de clientèle pertinents tirés d'études de marché existantes, notamment des études démographiques*, psychographiques*, géodémographiques*, ainsi que des études sur les attitudes et les valeurs des consommateurs ;
- analyser des renseignements sur des produits et des marques (p. ex., la différenciation, le positionnement, la valeur d'une marque, la fidélité à une marque, le cycle de vie d'un produit, la concurrence) ;
- établir des objectifs, stratégies et tactiques mesurables ;
- élaborer des stratégies de création novatrices par le biais de technologies traditionnelles et émergentes afin de déterminer le meilleur appariement avec le public cible* ;
- évaluer et choisir des techniques appropriées de publicité et de communications marketing*, notamment la publicité médiatique, la promotion des ventes, le marketing direct*, le marketing événementiel, les outils de communications marketing* sur le Web et les relations publiques, pour appuyer les objectifs de communications marketing* ;
- préparer et présenter un brief créatif* ;
- élaborer, présenter et défendre de façon persuasive un plan médias* ;
- participer à l'élaboration d'un budget et d'un calendrier d'activités pour toutes les étapes d'un plan de publicité ou de communications marketing* ;
- identifier les facteurs qui peuvent avoir une incidence sur la réalisation d'un plan médias*, le budget et les résultats projetés ;
- élaborer un élément d'évaluation, incluant des méthodes de mesure ;
- s'assurer que le plan de publicité ou de communications marketing* appuie les objectifs promotionnels d'une organisation ainsi que son plan stratégique.

4. *La personne diplômée a démontré de façon fiable son habileté à :*

contribuer à l'évaluation de l'efficacité des initiatives de publicité et de communications marketing*.

Éléments de performance :

- appliquer des critères établis pour évaluer des initiatives de publicité et de communications marketing*;
- utiliser les outils appropriés pour mesurer l'efficacité des initiatives de publicité et de communications marketing*;
- collaborer à l'analyse des données qualitatives et quantitatives recueillies et à la détermination de l'efficacité des initiatives particulières de publicité ou de communications marketing*;
- identifier des options pour de futures initiatives de publicité et de communications marketing*;
- participer à la préparation et à la présentation d'un rapport décrivant le processus d'évaluation, les résultats prévus et réalisés, ainsi que les options recommandées pour de futures initiatives de publicité et de communications marketing*.

5. *La personne diplômée a démontré de façon fiable son habileté à :*

collaborer à l'élaboration de supports de publicité et de communications marketing* en respectant les lois canadiennes, les normes de l'industrie et les pratiques commerciales en vigueur.

Éléments de performance :

- générer des idées pour l'élaboration de supports de publicité et de communications marketing*, en se fondant sur les documents préparatoires ou brief créatif* du client ;
- rechercher et tenir compte d'une rétroaction constructive dans l'élaboration des idées ;
- collaborer à la création de supports de publicité et de communications marketing* en utilisant, de façon efficace et efficiente, les technologies en usage dans l'industrie ;
- contribuer à l'identification des exigences de production pour l'élaboration de supports de publicité et de communications marketing* ;
- participer à l'élaboration d'un plan de production ;
- rédiger des textes novateurs et persuasifs ;
- utiliser des techniques de communication vidéo et audio persuasives (p. ex., infographie de base, éléments visuels essentiels, mise en page, bruitage) ;
- travailler efficacement en équipe à l'élaboration de supports de publicité et de communications marketing* ;
- identifier les enjeux pertinents dans les domaines de la publicité et des communications marketing* au Canada, notamment la déontologie, la pratique équitable, la censure, l'accès à l'information et le droit à la confidentialité ;
- respecter les lois et règlements en vigueur au Canada, ainsi que les normes en vigueur dans les industries de la publicité et des communications marketing* ;
- identifier les défis en publicité et en communications marketing* afin de contrer la concurrence au niveau international.

6. *La personne diplômée a démontré de façon fiable son habileté à :*

participer à l'élaboration de solutions novatrices pour aborder des défis de publicité et de communications marketing*.

Éléments de performance :

- générer des options novatrices en considérant tous les aspects du processus de publicité et de communications marketing* (p. ex., le rôle de chaque composant du mix de communication, ainsi que l'élaboration, la réalisation et la mise en œuvre de concepts) ;
- identifier des options et participer au choix de l'option la plus pertinente pour aborder des défis particuliers de publicité et de communications marketing* ;
- présenter une argumentation pour l'option choisie ;
- participer à la mise en œuvre d'une stratégie efficace de publicité et de communications marketing* par le biais de divers médias ;
- participer à l'évaluation des résultats des initiatives de publicité et de communication marketing ;
- contribuer à recommander des alternatives novatrices pour de futures initiatives en publicité et en communications marketing*.

7. *La personne diplômée a démontré de façon fiable son habileté à :*

contribuer à la planification, la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation de projets en appliquant les principes de gestion de projets.

Éléments de performance :

- appliquer des notions de planification budgétaire, d'établissement des coûts et de fixation des prix de vente ;
- appliquer les principes commerciaux, notamment pour la facturation, la préparation des devis de production et la tenue des dossiers ;
- contribuer à l'établissement et au contrôle d'un budget et d'un calendrier d'activités d'un projet ;
- participer à la planification, à la surveillance et à l'évaluation de l'acheminement du travail en utilisant les logiciels actuellement en usage dans l'industrie ;
- communiquer efficacement avec les membres d'une équipe et les intervenants externes (p. ex., un brief créatif*, un rapport d'étape et une négociation avec des fournisseurs) ;
- assumer efficacement divers rôles au sein d'une équipe ;
- respecter les échéanciers en appliquant des techniques de gestion du temps.

8. *La personne diplômée a démontré de façon fiable son habileté à :*

exécuter en temps opportun toutes les tâches de façon éthique et professionnelle.

Éléments de performance :

- s'auto-évaluer sur une base continue afin d'identifier ses forces et ses points à améliorer, tant sur le plan personnel que professionnel ;
- s'adapter aux changements constants dans l'industrie de la publicité et des communications marketing* ;
- contribuer à toutes les étapes de la réalisation des plans de publicité ou de communications marketing*, soit de la planification à l'exécution ;
- appliquer les normes professionnelles (p. ex., le Code canadien des normes de la publicité) et les politiques organisationnelles dans son travail quotidien ;
- appliquer des principes d'entreprenariat au milieu de la publicité et des communications marketing* ;
- élaborer et maintenir un portfolio professionnel (p. ex., des échantillons d'activités professionnelles, un curriculum vitae mis à jour) ;
- identifier et tenir compte des différences culturelles dans l'élaboration et la présentation de stratégies de publicité et de communications marketing* ;
- intégrer des concepts de durabilité* du point de vue social, environnemental et économique dans l'élaboration de stratégies de publicité et de communications marketing* et dans son travail quotidien.

Glossaire

Brief créatif – un document, élaborant la stratégie de publicité et de communications marketing, qui est remis à l'équipe de création pour servir de base à l'élaboration d'idées et de supports novateurs, afin d'atteindre les objectifs de communication des clients. Il peut comprendre les enjeux de publicité et de communications marketing, une description du public cible, les résultats d'études pertinentes, les avantages du produit ou du service offert et la raison d'être d'un plan de publicité ou de communications marketing et les attributs de la marque.

Communications marketing – Tout message diffusé par une organisation à son public cible (p. ex., la publicité, les relations publiques, la promotion des ventes, le marketing direct, le cybermarketing et la vente personnelle).

Données primaires et secondaires – les données primaires sont tirées d'une recherche où elles sont observées et rassemblées directement dans le but de résoudre un problème particulier. Les données secondaires tirées d'une recherche sont rassemblées et publiées par des sources impartiales.

Durabilité – la durabilité comprend l'idéal éthique qui exige l'optimisation de la capacité limite ainsi que la vitalité de trois systèmes interdépendants : l'environnemental, le social et l'économique. Dans le secteur manufacturier, la durabilité vise à améliorer la qualité de la vie humaine, tout en protégeant la nature, en exigeant des processus de fabrication non-pollueurs, en conservant l'énergie et les ressources et en protégeant les écosystèmes. La production de biens et services doit également être bénéfique pour les employés, les consommateurs et les communautés et doit soutenir la croissance et la prospérité économiques.

Études démographiques – la représentation statistique d'un ensemble de caractéristiques économiques et sociales d'un groupe de personnes, notamment l'âge, le sexe, le revenu, la profession, la race, la religion et la taille du ménage. La segmentation démographique est le moyen le plus utilisé pour diviser les groupes, puisque les besoins et les habitudes du consommateur reflètent les catégories démographiques.

Études géodémographiques – la division d'un marché basée sur l'hypothèse que les personnes appartenant à un milieu économique ou social semblable ont tendance à habiter dans certaines régions géographiques ou certains quartiers.

Études psychographiques – études fondées sur des variables psychologiques qui déterminent les propriétés inhérentes de chaque être humain. Ces variables peuvent inclure des activités, intérêts, opinions, besoins, valeurs, croyances, perceptions, attitudes, caractéristiques personnelles, processus de décision et habitudes d'achat. Ces études se traduisent par une segmentation des individus en fonction de leurs caractéristiques psychographiques.

Marketing direct – l'ensemble des techniques de publicité et de communications marketing qui permettent de s'adresser directement et individuellement au destinataire avec l'objectif d'une réponse plus ou moins immédiate. Les actions de marketing direct se caractérisent également par le recours aux bases de données et par la capacité de mesurer précisément les résultats d'une campagne. Les principaux canaux de marketing direct sont le téléphone, le publipostage et le courrier électronique.

Plan médias – un document qui décrit les forces, les limites, le coût et le potentiel de communication de divers médias et qui renferme des recommandations sur les médias qui permettront d'atteindre les objectifs particuliers de communication d'une organisation.

Public cible – un segment particulier du marché global qui a été analysé et choisi, auquel s'adresse le message.

Segmentation du marché – le processus permettant de diviser un marché en petits marchés homogènes (segments), en fonction de besoins ou de styles de vie analogues.

III. Les résultats d’apprentissage relatifs à l’employabilité

Toutes les personnes titulaires d’un diplôme du programme Publicité et communications marketing doivent démontrer qu'ils ont atteint les huit résultats d'apprentissage de la formation professionnelle, les résultats d’apprentissage relatifs à l’employabilité ainsi que les exigences de la formation générale.

Contexte

Les résultats d'apprentissage relatifs à l'employabilité désignent les connaissances, habiletés et attitudes qui, sans égard au programme d'études ou à la discipline d'un apprenant, sont essentielles à la réussite professionnelle et personnelle ainsi qu'à l'apprentissage continu.

L'atteinte de ces résultats d'apprentissage relatifs à l'employabilité par les apprenants ainsi que par les personnes titulaires d’un certificat ou d’un diplôme des collèges d'arts appliqués et de technologie de l'Ontario repose sur trois hypothèses fondamentales :

- ces résultats d'apprentissage relatifs à l'employabilité sont importants pour que chaque adulte puisse réussir dans la société d'aujourd'hui.
- nos collèges sont bien outillés et bien positionnés pour préparer les personnes titulaires d’un certificat ou d’un diplôme à atteindre ces résultats d'apprentissage relatifs à l'employabilité.
- ces résultats d'apprentissage relatifs à l'employabilité sont essentiels pour toutes les personnes titulaires d’un certificat ou d’un diplôme qui obtiennent un Certificat d'études collégiales de l'Ontario, un Diplôme d'études collégiales de l'Ontario ou un Diplôme d'études collégiales de l'Ontario de niveau avancé, qu'elles désirent poursuivre leurs études ou intégrer le marché du travail.

Domaines des résultats d'apprentissage relatifs à l'employabilité

Les résultats d'apprentissage relatifs à l'employabilité se rapportent aux six domaines essentiels suivants :

- la communication
- les mathématiques
- la pensée critique et la résolution de problèmes
- la gestion de l'information
- les relations interpersonnelles
- la gestion personnelle

Application et Mise en œuvre

Pour chacun des six domaines, il y a des domaines précis ainsi que des résultats d'apprentissage. Le tableau qui suit illustre la relation entre les domaines, les domaines précis et les résultats d'apprentissage que doivent atteindre les personnes diplômées de tous les programmes d'études postsecondaires menant à l'obtention d'un des titres de compétence susmentionnés.

Les résultats d'apprentissage relatifs à l'employabilité peuvent être intégrés dans les cours de formation professionnelle ou de formation générale ou encore faire l'objet de cours distincts. Toutes les personnes titulaires d'un certificat ou d'un diplôme doivent démontrer de façon fiable l'atteinte de chacun des résultats d'apprentissage.

DOMAINES	**DOMAINES PRÉCIS : Les personnes titulaires d'un certificat ou d'un diplôme doivent démontrer leur capacité à :**	**RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : Les personnes titulaires d'un certificat ou d'un diplôme ont démontré de façon fiable sa capacité à :**
LA COMMUNICATION	• Lecture • Écriture • Communication orale • Écoute • Présentation d'informations • Interprétation visuelle de documents	1. communiquer d'une façon claire, concise et correcte, sous la forme écrite, orale et visuelle, en fonction des besoins de l'auditoire ; 2. répondre aux messages écrits, oraux et visuels de façon à assurer une communication efficace ; 3. communiquer oralement et par écrit en anglais ;
LES MATHÉMATIQUES	• Compréhension et application de concepts et raisonnement mathématiques • Analyse et utilisation de données numériques • Conceptualisation	4. exécuter des opérations mathématiques avec précision ;
LA PENSÉE CRITIQUE ET LA RÉSOLUTION DE PROBLÈMES	• Interprétation • Analyse • Évaluation • Inférence • Explication • Autorégulation • Pensée créative et innovatrice	5. appliquer une approche systématique de résolution de problèmes ; 6. utiliser une variété de stratégies pour prévoir et résoudre des problèmes ;

DOMAINES	DOMAINES PRÉCIS : Les personnes titulaires d'un certificat ou d'un diplôme doivent démontrer leur capacité à :	RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : Les personnes titulaires d'un certificat ou d'un diplôme ont démontré de façon fiable sa capacité à :
LA GESTION DE L'INFORMATION	• Cueillette et gestion de l'information • Choix et utilisation de la technologie et des outils appropriés pour exécuter une tâche ou un projet • Culture informatique • Recherche sur Internet	7. localiser, sélectionner, organiser et documenter l'information au moyen de la technologie et des systèmes informatiques appropriés ; 8. analyser, évaluer et utiliser l'information pertinente provenant de sources diverses ;
LES RELATIONS INTERPERSONNELLES	• Travail en équipe • Gestion des relations interpersonnelles • Résolution de conflits • Leadership • Réseautage	9. respecter les diverses opinions, valeurs et croyances, ainsi que la contribution des autres membres du groupe ; 10. interagir avec les autres membres d'un groupe ou d'une équipe de façon à favoriser de bonnes relations de travail et l'atteinte d'objectifs ; 11. affirmer en tant que Francophone ses droits et sa spécificité culturelle et linguistique ;
LA GESTION PERSONNELLE	• Gestion de soi • Gestion du changement avec souplesse et adaptabilité • Réflexion critique • Sens des responsabilités	12. gérer son temps et diverses autres ressources pour réaliser des projets ; 13. assumer la responsabilité de ses actes et de ses décisions.

IV. La formation générale

Toutes les personnes titulaires d'un diplôme du programme Publicité et communications marketing doivent démontrer de façon fiable qu'elles ont atteint les exigences relatives à la formation générale ainsi que celles des résultats d'apprentissage de la formation professionnelle et les résultats d'apprentissage relatifs à l'employabilité.

Exigences

Les exigences en matière de formation générale dans les programmes d'études sont précisées dans le Cadre de classification des titres de compétence de la Directive exécutoire du Ministère (annexe A du Cadre d'élaboration des programmes d'études : directive exécutoire du ministère).

Bien que l'intégration de la formation générale soit déterminée localement pour les programmes d'études menant à un certificat ou à un Certificat d'études collégiales de l'Ontario, il est recommandé que les personnes titulaires du Certificat d'études collégiales de l'Ontario aient réalisé des apprentissages dans un cadre général en dehors de leur domaine d'études professionnelles.

Par ailleurs, les personnes titulaires d'un diplôme des programmes d'études menant à un Diplôme d'études collégiales de l'Ontario, y compris le Diplôme d'études collégiales de l'Ontario de niveau avancé, doivent avoir réalisé des apprentissages leur permettant d'apprécier au moins une autre discipline en dehors de leur domaine d'études professionnelles et d'élargir leur compréhension de la société et de la culture au sein desquelles elles vivent et travaillent. À cet effet, les personnes titulaires d'un diplôme auront généralement suivi de 3 à 5 cours distincts, spécifiquement élaborés à l'extérieur de leur domaine d'apprentissage professionnel.

Cette formation sera normalement offerte par le biais de cours obligatoires et au choix.

But

La formation générale dans le réseau des collèges de l'Ontario a pour but de favoriser le développement de citoyens sensibilisés à la diversité, à la complexité et à la richesse de l'expérience humaine, ce qui leur permet de comprendre leur milieu et, par conséquent, de contribuer de manière réfléchie, créative et positive à la société dans laquelle ils vivent et travaillent.

La formation générale renforce les résultats d'apprentissage relatifs à l'employabilité des apprenants, telles que la pensée analytique, la résolution de problèmes et la communication dans un contexte d'exploration de divers thèmes.

Thèmes

Les cinq thèmes suivants seront utilisés afin de fournir aux collèges des lignes directrices dans l'élaboration, la détermination et l'offre de cours de formation générale dans l'atteinte des exigences de la formation générale.

Vous trouverez ci-joint la raison d'être de chacun de ces thèmes tout en proposant également des sujets plus précis qui pourraient être explorés dans le cadre de chaque thème. Ces suggestions ne sont ni prescriptives, ni exhaustives. Elles servent à orienter la nature et la portée d'un contenu jugé conforme aux grands buts de la formation générale.

1. Les arts dans la société

Raison d'être :
La capacité d'une personne à reconnaître et à évaluer les réalisations créatives et artistiques est utile dans bien des aspects de sa vie. L'expression artistique étant une activité fondamentalement humaine qui témoigne de l'évolution culturelle plus globale, son étude accentuera la conscience culturelle et la conscience de soi de l'apprenant.

Contenu possible :
Les cours dans ce domaine devraient permettre aux apprenants de comprendre l'importance des arts visuels et créatifs dans l'activité humaine, les perceptions que se font l'artiste et l'écrivain du monde qui les entoure ainsi que les moyens par lesquels ces perceptions sont traduites en langage artistique et littéraire. De plus, ils devraient permettre aux apprenants d'apprécier les valeurs esthétiques servant à examiner des œuvres d'art et peut-être d'avoir recours à un médium artistique pour exprimer leurs propres perceptions.

2. Le citoyen

Raison d'être :
Pour que les êtres humains vivent de manière responsable et réalisent leur plein potentiel en tant qu'individus et citoyens, ils doivent comprendre l'importance des relations humaines qui sous-tendent les diverses interactions au sein de la société. Les personnes informées comprendront le sens de la vie en société de différentes collectivités sur les plans local, national et mondial; elles seront sensibilisées aux enjeux internationaux et à leurs effets sur le Canada, ainsi qu'à la place qu'occupe le Canada sur le grand échiquier mondial.

Contenu possible :
Les cours dans ce domaine devraient permettre aux apprenants de comprendre le sens des libertés, des droits et de la participation à la vie communautaire et publique. Ils devraient, en plus, leur inculquer des connaissances pratiques sur la structure et les fonctions des différents paliers de gouvernement (municipal, provincial et fédéral) au Canada et dans un contexte international. Ils pourraient également permettre aux apprenants de comprendre d'un point de vue historique les grandes questions politiques et leurs incidences sur les différents paliers de gouvernement au Canada.

3. Le social et le culturel

Raison d'être :
La connaissance des modèles et des événements historiques permet à une personne de prendre conscience de la place qu'elle occupe dans la culture et la société contemporaines. En plus de cette prise de conscience, les apprenants seront sensibilisés aux grands courants de leur culture et des autres cultures dans le temps; ils pourront ainsi faire le lien entre leurs antécédents personnels et la culture plus globale.

Contenu possible :
Les cours dans ce domaine traitent de grands thèmes sociaux et culturels. Ils peuvent également mettre en relief la nature et la validité des données historiques ainsi que les diverses interprétations historiques des événements. Les cours permettront aux apprenants de saisir la portée des caractéristiques culturelles, sociales, ethniques et linguistiques.

4. Croissance personnelle

Raison d'être :
Les personnes informées ont la capacité de se comprendre et de s'épanouir tout au long de leur vie sur divers plans. Elles sont conscientes de l'importance d'être des personnes à part entière sur les plans intellectuel, physique, affectif, social, spirituel et professionnel.

Contenu possible :
Les cours dans ce domaine portent principalement sur la compréhension de l'être humain, de son développement, de sa situation, de ses relations avec les autres, de sa place dans l'environnement et l'univers, de ses réalisations et de ses problèmes, de son sens et de son but dans la vie. Ils permettent également aux apprenants d'étudier les comportements sociaux institutionnalisés d'une manière systématique. Les cours répondant à cette exigence peuvent être orientés vers l'étude de l'être humain dans une variété de contextes.

5. La science et la technologie

Raison d'être :
La matière et l'énergie sont des concepts universels en sciences et indispensables à la compréhension des interactions qui ont cours dans les systèmes vivants ou non de notre univers. Ce domaine d'études permet de comprendre le comportement de la matière, jetant ainsi les bases à des études scientifiques plus poussées et à une compréhension plus globale de phénomènes naturels.

De même, les différentes applications et l'évolution de la technologie ont un effet de plus en plus grand sur tous les aspects de l'activité humaine et ont de multiples répercussions sociales, économiques et philosophiques. Par exemple, le traitement rapide de données informatiques suppose une interaction entre la technologie et l'esprit humain qui est unique dans l'histoire de l'humanité. Ce phénomène ainsi que les percées technologiques ont des effets importants sur notre façon de faire face à de nombreuses questions complexes de notre société.

Contenu possible :
Les cours dans ce domaine devraient mettre l'accent sur l'enquête scientifique et aborder les aspects fondamentaux de la science plutôt que les aspects appliqués. Il peut s'agir de cours de base traditionnels dans des disciplines comme la biologie, la chimie, la physique, l'astronomie, la géologie ou l'agriculture. En outre, des cours visant à faire comprendre le rôle et les fonctions des ordinateurs (p. ex., gestion des données et traitement de l'information) et de technologies connexes devraient être offerts de manière non appliquée afin de permettre aux apprenants d'explorer la portée de ces concepts et de ces pratiques dans leur vie.