



Faculté de l'éducation
permanente

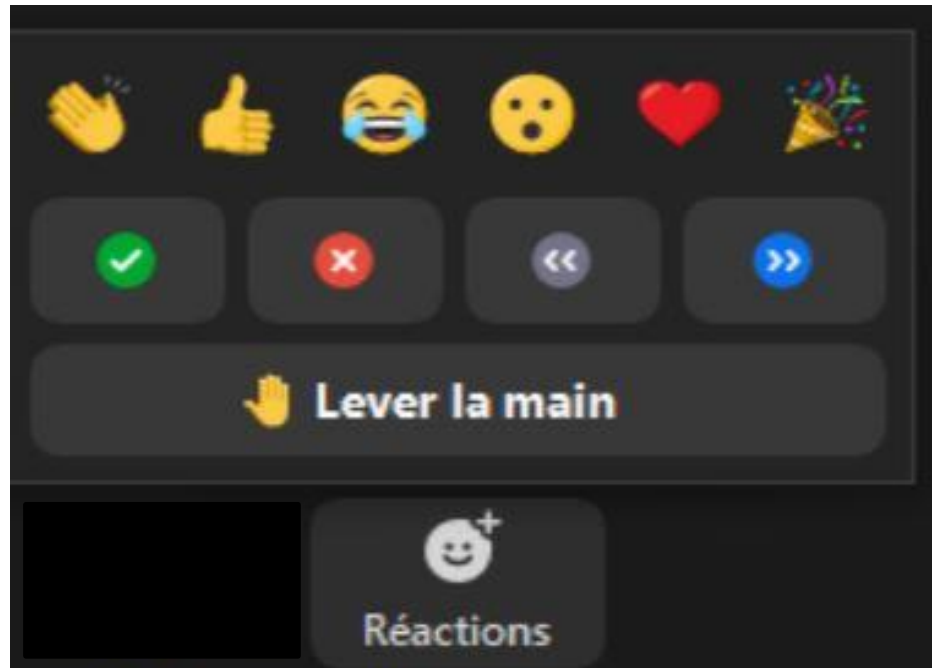
Séance d'accueil

Certificat en création et en gestion
de contenus
A2024-H2025

Université 
de Montréal

Bienvenue en création et en
gestion de contenus !

Merci de poser vos questions après la présentation (le cas échéant)



Sur le marché du travail actuel, il existe une forte demande pour des compétences en création et en gestion de contenus crédibles, engageants et diversifiés. Dans cette optique, il est important de comprendre les nouveaux enjeux de la communication numérique, dans le but de créer, de diffuser et de gérer des contenus destinés à des publics internes et externes.

Ce programme vous permet de découvrir les notions de base et des outils pratiques en matière de création de contenus, et d'acquérir une fluidité fonctionnelle pour en assurer la gestion efficace. Les apprentissages offerts incluent : la capacité à collecter et analyser des données; la conception et la diffusion de contenus écrits, audios et visuels sur divers supports et plateformes; l'exploration des effets de l'intelligence artificielle sur les pratiques de communication. De plus, un accès illimité vous est spécifiquement alloué dans nos laboratoires multimédias.

Dans le but de favoriser votre employabilité, vous aurez l'occasion, tout au long de votre formation, de consigner vos travaux, vos projets et toute autre activité pertinente dans un portfolio numérique personnel.

Source: <https://fep.umontreal.ca/programmes/certificats/creation-et-gestion-de-contenus/>

Bienvenue

Le portfolio électronique est votre espace personnel de réflexion et de collaboration.



Créer

Organisez votre portfolio



Partager

Contrôlez l'accès à vos documents



Collaborer

Travaillez en groupes

Source: <https://portfolio.umontreal.ca>

Documentation (Portfolio/Mahara) en français: <https://manual.mahara.org/fr/22.10/portfolio/pages.html#>

Opération de maintenance

i Les **Technologies de l'information** effectueront un test de leur système le vendredi **12 juillet 2024**, entre **6h00 et 20h00**.

En raison de ce test, l'accès au Portfolio sera interrompu.

Nous vous remercions de votre compréhension.

L'équipe Portfolio



Créer

Organisez votre portfolio



Partager

Contrôlez l'accès à vos documents



Collaborer

Travaillez en groupes

Editer

Mes portfolios

[Page avec url possible v.2](#)

[Photographie](#)

Voici une description des photos prises au cours des deux

Source: <https://portfolio.umontreal.ca>

Tableau de bord

+ Créer

Portfolios

Fichiers

Journaux

Notes

Projets

Curriculum vitae

Mots-clés

Partager

Collaborer

Gérer

Fichiers i

Vous trouvez ici les images, les documents, ainsi que les autres fichiers, que vous pouvez placer sur les pages. Glissez et déposez l'icône d'un fichier ou d'un dossier pour le déplacer d'un dossier à l'autre.

Déposer des fichiers

Oui, le fichier que je désire déposer est ma propriété ou j'ai la permission expresse de le reproduire et/ou de le distribuer. Mon utilisation de ce fichier n'enfreint aucune des législations locales de copyright. Ce fichier est en outre conforme aux Conditions d'utilisation indiquées dans ce site.

Licence i

Donneur de licence

URL du document original i

Fichier Aucun fichier choisi
(Taille maximale du fichier : 200Mo, nombre maximum de fichiers à téléverser : 20)

Glissez et déposez ici les fichiers à téléverser

Accueil

NOM	DESCRIPTION / MOTS-CLÉS	TAILLE	DATE	
commentfiles	Fichiers joints aux évaluations de l'exposition	900,3K	13.01.2019	

Association des créatrices et créateurs de contenus du Québec

<https://www.acrea.ca/>



Devenir membre ▾

À propos ▾

Espace membre ▾

À PROPOS

Nous sommes ravis d'annoncer un nouveau tournant pour la création de contenu au Québec : le lancement de l'Association des Créatrices et Créateurs de Contenu du Québec (ACRÉA). L'ACRÉA se positionne comme un acteur clé dédié à la promotion et à la valorisation du métier de créateur·rice de contenu. Notre mission est de conférer un caractère professionnel et éthique à cette pratique, renforçant ainsi son importance et sa reconnaissance dans le paysage culturel et professionnel québécois.

Réalisé par 

Depuis l'émergence du marketing d'influence, de nombreuses marques ont commencé à collaborer avec des créateurs-ices de contenu afin de promouvoir leurs produits et services. Cependant, cet engouement a soulevé des préoccupations éthiques. Certain-es créateurs-ices ont pu agir de manière trompeuse ou sans divulguer clairement leurs relations avec les marques. C'est dans ce contexte qu'a émergé notre charte éthique.

Cette charte, qui pourra évoluer au fil du temps, vise à établir des recommandations responsables, tant pour les influenceurs que pour les marques. Elle encourage la transparence, l'éthique dans la pratique de nos métiers et cherche à protéger les consommateur-ices des pratiques trompeuses.

À travers cette charte, nous mettrons en évidence les trois approches fondamentales à respecter pour une collaboration claire, responsable et éthique.

1. La transparence

2. L'éthique

3. L'écoresponsabilité

Objectifs du programme

Au terme de ce programme, l'étudiant sera en mesure :

- de planifier, créer, publier, promouvoir et évaluer des contenus professionnels à l'aide de différents outils dont l'intelligence artificielle;
- d'appliquer les meilleures pratiques de gestion de contenus, telles les valeurs et normes éditoriales, les stratégies de référencement, l'exploitation, l'analyse et la visualisation des données;
- d'élaborer des moyens de communication efficaces et adaptés aux contextes professionnels;
- de produire des contenus créatifs et diversifiés pour des organisations.

Plusieurs cours du programme se
donnent **en ligne** (z)*...

A2024-H2025

* Sauf les cours dont le sigle se termine par la lettre (section) « **A, B**
ou C » tels que les cours très pratiques comme :

[EDP1400 Création et gestion des contenus photographiques](#)

[EDP2401 Production de vidéos et de balados](#)

Habiletés et qualités requises

- Bonne culture générale
- Sens de l'écoute et ouverture (**empathie**)
- Capacité de rédaction (**communiquer clairement ses idées**)
- Habiletés de recherche
- Habiletés narratives (*storytelling*)
- Aisance en équipe de travail (**collaboration**)
- Connaissances des technologies numériques
- Analyse de données
- Optimisation pour moteurs de recherche (SEO)
- Résolution de problèmes
- **Créativité**
- Agilité politique (**adaptabilité**)
- Sens de l'organisation (**gestion du temps et concentration sur une ou des tâches**)
- Intérêts pour les actualités nationales et internationales

Voir aussi: Hard and Soft Skills for Digital Creators (Teal)

<https://www.tealhq.com/skills/digital-creator>

Champs d'intervention et secteurs d'emploi

Champs d'intervention

Relations publiques (gestion de la réputation, relations avec les communautés, relations avec les médias, communication interne, animateur.trice/gestionnaire de communautés/médias sociaux, organisation d'événements), Rédaction de contenus numériques dont la conception-rédaction publicitaire; Journalisme (recherche pour les médias), Production web; Communication marketing; Services conseils; Ventes...

Secteurs d'emploi

Grandes entreprises, Industries, PME, Gouvernements, Institutions, Cabinets conseils, Services publics, Établissements d'enseignement, Agences de communication, ONG, Fondations, Groupes médias...

Province du Québec ★★★★★ **Bonnes** ▼

Les perspectives d'emploi seront bonnes pour les professionnels/professionnelles en publicité, en marketing et en relations publiques (CNP 11202) au Québec pour la période 2023 à 2025.

Les facteurs suivants ont contribué à cette conclusion :

- la croissance d'emploi prévue devrait entraîner la création de plusieurs postes
- quelques postes deviendront disponibles en raison de départs à la retraite
- quelques travailleurs expérimentés sont à la recherche d'un emploi dans cette profession

Voici quelques faits saillants au sujet des professionnels/professionnelles en publicité, en marketing et en relations publiques au Québec :

- environ 36 550 personnes occupent un poste dans cette profession
- les professionnels/professionnelles en publicité, en marketing et en relations publiques travaillent principalement dans les industries suivantes :
 - autres services professionnels, scientifiques et techniques (SCIAN 5414, 5416-5419) : 17 %
 - finance, assurances, immobilier et location (SCIAN 52, 53) : 9 %
 - industrie de l'information et industrie culturelle (SCIAN 51) : 7 %
 - arts, spectacles et loisirs (SCIAN 71) : 7 %
 - autres magasins de détail (SCIAN 44-45, à l'exception de 445) : 5 %
- leur répartition entre le travail à temps plein et à temps partiel est :
 - travail à temps plein : 87 % par rapport à 82 % dans toutes les professions
 - travail à temps partiel : 13 % par rapport à 18 % dans toutes les professions

- leur répartition selon le sexe est :
 - hommes : 30 % par rapport à 52 % dans toutes les professions
 - femmes : 70 % par rapport à 48 % dans toutes les professions
- le niveau d'éducation atteint par les travailleurs de cette profession est :
 - pas de diplôme d'études secondaires : moins de 5 % par rapport à 12 % dans toutes les professions
 - diplôme d'études secondaires ou l'équivalent : 8 % par rapport à 19 % dans toutes les professions
 - certificat ou diplôme d'apprenti ou d'école de métier : moins de 5 % par rapport à 19 % dans toutes les professions
 - attestation ou diplôme d'études collégiales ou certificat universitaire de premier cycle : 19 % par rapport à 22 % dans toutes les professions
 - baccalauréat : 46 % par rapport à 17 % dans toutes les professions
 - certificat ou diplôme universitaire supérieur au baccalauréat : 22 % par rapport à 11 % dans toutes les professions

Perspectives régionales

Région d'Abitibi-Témiscamingue ★★★★★ **Modérées** ▶

Région du Bas-Saint-Laurent ★★★★★ **Bonnes** ▶

Région de la Capitale-Nationale ★★★★★ **Bonnes** ▶

Région du Centre-du-Québec ★★★★★ **Bonnes** ▶

Source: Guichet emplois (perspectives en communication du Gouvernement du Canada
<https://www.guichetemplois.gc.ca/rapportperspective/profession/20958>

Voir aussi une analyse détaillée en avant-dernière page de ce document (Projection des professions-2022-2031)

Structure du programme (1-226-5-2)

Version 00 (H24)

Le certificat comporte 30 crédits.

LÉGENDE : CR. : crédit, CR. : crédit, CR. : crédit, CR. : crédit

Segment 70

Les crédits du certificat sont répartis de la façon suivante : 15 crédits obligatoires et 15 crédits à option.

Bloc 70A

Obligatoire - 15 crédits.

Cours	Titre	CR. H
EDP 1003	Histoire et évolution des médias sociaux	3.0
EDP 1200	Compréhension et utilisation des données	3.0
EDP 2500	Communications numériques internes	3.0

Cours	Titre
EDP 3001	Atelier d'intégration multimédias
RED 2041	Rédaction appliquée aux supports numériques

Bloc 70B Applications pratiques

Option - Minimum 12 crédits, maximum 15 crédits.

Cours	Titre	CR. H
CRE 2009	Créativité et innovation: individu et organisation	3.0
EDP 1400	Création et gestion des contenus photographiques	3.0
EDP 2401	Production de vidéos et de balados	3.0
EDP 2900	Intelligence artificielle et création de contenus	3.0

Cours	Titre
HEC 1016	Comportement du consommateur (MARK30136)
IFT 1005	Design et développement Web
REP 2300	Communication avec les médias et les influenceurs

Bloc 70C Formation complémentaire

Option - Maximum 3 crédits.

Cours	Titre	CR. H
FAS 1001	Introduction aux mégadonnées en sciences sociales	3.0
HAR 1210	Introduction aux cultures visuelles	3.0
HNU 1000	Humanités numériques : théories	3.0
PBT 1002	Culture, marques et contenus	3.0

Cours	Titre
PPL 2130	Art, culture et interventions à l'international
REP 1000	Introduction aux relations publiques
SOL 3351	Mondialisation de la culture

Structure du programme

Cinq (5) cours obligatoires

Bloc 70-A

[EDP1003](#) Histoire et évolution des médias sociaux

[EDP1200](#) Compréhension et utilisation des données

[EDP2500](#) Communications numériques internes

[EDP3001](#) Atelier d'intégration multimédias

[RED2041](#) Rédaction appliquée aux supports numériques

Structure du programme

Bloc 70-B (minimum 12, maximum 15 crédits)

Applications pratiques

[CRE2009](#) Créativité et innovation: individu et organisation

[EDP1400](#) Création et gestion des contenus photographiques

[EDP2401](#) Production de vidéos et de balados

[EDP2900](#) Intelligence artificielle et création de contenus

[HEC1016](#) Comportement du consommateur* ([MARK30136](#))

[IFT1005](#) Design et développement Web

[REP2300](#) Communication avec les médias et les influenceurs

* Pour s'inscrire à ce cours de HEC-Montréal (MARK30136), il faut passer par le site du [BCI](#) (Bureau de coopération interuniversitaire) et choisir la rubrique *Autorisation d'études hors établissement*.

Suivre par la suite les indications à l'écran à parti du site du BCI.

Structure du programme

Bloc 70-C (maximum 3 crédits)

Formation complémentaire

[FAS1001](#) Introduction aux mégadonnées en sciences sociales

[HAR1210](#) Introduction aux cultures visuelles

[HNU1000](#) Humanités numériques: théories

[PBT1002](#) Culture, marques et contenus

[PPL2130](#) Art, culture et interventions à l'international

[REP1000](#) Introduction aux relations publiques

[SOL3351](#) Mondialisation de la culture

Cheminement type

Temps plein. Hypothèse de quatre (4) cours (ou plus).

Automne

1^{er} trimestre: EDP1200Z (1e), EDP1003Z (2e), EDP1400A (3e), EDP2401A (4e) ou/et REP2300Z (5e).

12 crédits à 15 crédits

Hiver

2^e trimestre: EDP2900Z (5^e-6^e), RED2041Z (6^e-7^e), EDP2500Z (7^e-8^e), IFT1005A (8^e-9^e)
et/ou cours du bloc 70-C ou **EDP1003Z** (9^e) si pas suivi en automne

15 crédits = 24 ou 27 crédits

3^e trimestre (printemps/été): EDP3001 Atelier d'intégration multimédias

3 crédits = 30 crédits

Le responsable déconseille de suivre plus de quatre (4) cours par trimestre.

Charge de travail (Prudence !)

Source: <https://fep.umontreal.ca/documents/pdf/seance-accueil/succes-etudiant.pdf>

Avant le début du trimestre

- Prévoir la **charge de travail** pour un cours de 3 crédits (45 h de cours par trimestre) :
 - 3 heures de cours + 6 heures de travail personnel = **9 heures / semaine**
 - ou
 - 45 heures de cours + 90 heures de travail personnel = **135 heures / trimestre**

- Prévoir la **charge de travail** par nombre de crédits :
 - 3 crédits = **9 heures / semaine**
 - 6 crédits = **18 heures / semaine**
 - 9 crédits = **27 heures / semaine**
 - 12 crédits = **36 heures / semaine**
 - 15 crédits = **45 heures / semaine**

Cheminement type

- **Temps partiel** (un, deux ou trois cours). **Hypothèse de trois cours.**

1^{er} trimestre (A): EDP1200Z (1e), EDP2401Z (2e) et/ou EDP1400A (3e)
2-3 cours

2^e trimestre (H): : EDP2900Z (3^e-4^e), RED2041Z (4^e-5^e) et/ou EDP2500Z (5^e-6^e)
2-3 cours

3^e trimestre (E-été): **EDP3001 Atelier d'intégration multimédias**

Conseil: suivre un seul cours durant l'été

4^e trimestre (A): EDP1003Z (8^e), REP2300Z (9^e) ou IFT 1005A (10^e)

+ 3 cours = 30 crédits

3(a)+3(h)+1(e)+3(a) = 10 cours



Faculté de l'éducation
permanente

Autres informations importantes

Université 
de Montréal

Personnes-ressources

Pour tout ce qui a trait à la **gestion de votre dossier** ainsi qu'aux **questions d'ordre administratif**.

Julie Malenfant assistante aux dossiers des étudiants:

com-tgde@fep.umontreal.ca

Pour ce qui a trait aux demandes **d'examen différé** (absence motivée) et de **situation de handicap** pour les examens (SESH).

Diane Labbé (com-secr@fep.umontreal.ca)

Pour tout ce qui a trait aux **questions d'ordre pédagogique** :

Patrice Leroux, responsable du programme,

patrice.leroux@umontreal.ca

Merci de toujours inscrire votre matricule dans toute correspondance avec l'Université.

courriel@umontreal.ca : utilisez-le svp !

...ainsi que votre **matricule** dans toute correspondance

Chaque étudiant inscrit à l'Université de Montréal possède une adresse de courriel institutionnelle, de type **prenom.nom@umontreal.ca**.

Cette adresse sera **la seule utilisée** par l'Université (chargés de cours, faculté, services, administration) pour communiquer avec vous.

Vous devez donc prendre connaissance des courriels envoyés à cette adresse, à défaut de quoi vous risquez de ne pas recevoir certaines informations indispensables.

Il est possible aussi de **rediriger** les courriels envoyés à votre adresse **umontreal.ca** vers un autre compte (celui au travail, sur .gmail, .outlook, .mac, .videotron, etc.).

Comment activer votre adresse de courriel institutionnelle ?

1. Accédez à **Mon UdeM** à l'adresse: <https://monudem.umontreal.ca/>

Voir aussi **Code d'accès et UNIP**: <https://registraire.umontreal.ca/etudes-et-services/compte-udem-code-dacces-et-unip/>

UNIP <https://registraire.umontreal.ca/etudes-et-services/compte-udem-code-dacces-et-unip/>

Code d'accès

Le code d'accès est votre **identifiant unique**. Il peut être formé de la lettre «p» suivie de sept chiffres, ou encore de deux lettres suivies de cinq chiffres. Jumelé à un mot de passe UNIP, le code d'accès vous permet d'accéder aux plateformes et outils informatiques de l'Université de Montréal (Mon UdeM, Centre étudiant, boîte courriel, StudiUM...).

Récupérer un code d'accès
oublié



Mot de passe UNIP

L'UNIP est un **numéro d'identification personnel** qui vous permet, en tant qu'étudiante ou étudiant actif, d'accéder aux systèmes informatiques de l'Université de Montréal. Il ne faut jamais partager votre UNIP.

Obtenir un 1^{er} mot de passe
UNIP



UNIP temporaire jamais reçu



Personnaliser un UNIP
temporaire



Sélectionner vos questions de
vérification / récupération

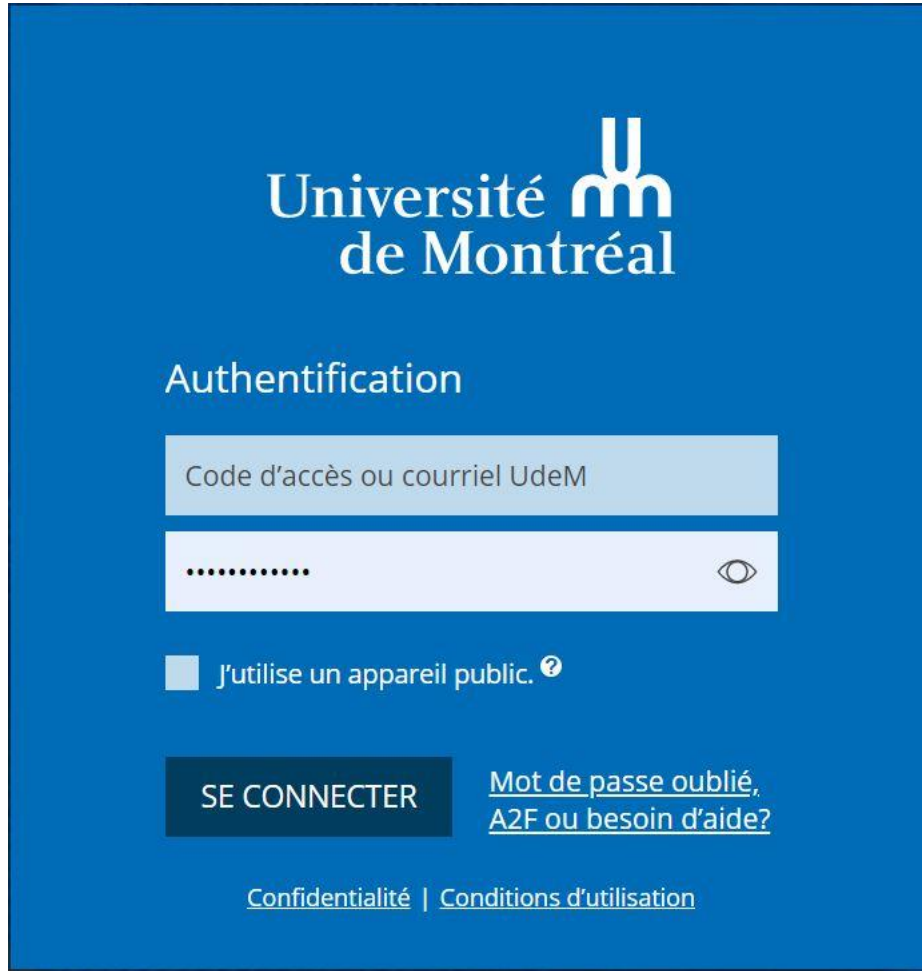


UNIP oublié




Procédure d'inscription/Centre étudiant

<https://monudem.umontreal.ca/>





The image shows a screenshot of the UdeM authentication page. The page has a blue background with the UdeM logo and name at the top. Below the logo, the word "Authentification" is displayed. There are two input fields: the first is for "Code d'accès ou courriel UdeM" and the second is for a password, represented by dots and a toggle icon. Below the password field, there is a checkbox labeled "J'utilise un appareil public." with a question mark icon. At the bottom, there is a "SE CONNECTER" button and a link for "Mot de passe oublié, A2F ou besoin d'aide?". At the very bottom, there are links for "Confidentialité" and "Conditions d'utilisation".

Université  de Montréal

Authentification

Code d'accès ou courriel UdeM

..... 

J'utilise un appareil public. 

SE CONNECTER [Mot de passe oublié, A2F ou besoin d'aide?](#)

[Confidentialité](#) | [Conditions d'utilisation](#)

Problème avec Mon UdeM/Centre étudiant ?

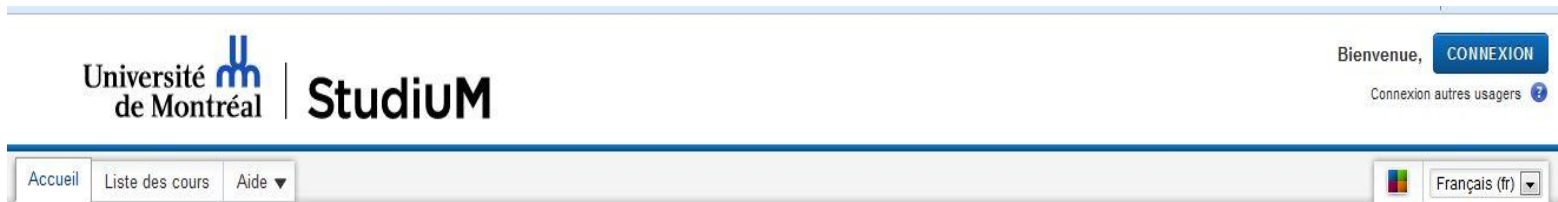
Soutien Synchro-étudiant

<https://registraire.umontreal.ca/nous-joindre/bureau-du-registraire/>

514-343-7212

Environnement numérique d'apprentissage

<https://studium.umontreal.ca/>



Bienvenue dans votre environnement numérique d'apprentissage !

StudiUM est en constante évolution. Consultez la page des nouveautés.

▪ Système de notation

11. SYSTÈME DE NOTATION

11.1 Notation des cours et inscriptions au relevé de notes

La notation finale des cours se fait selon un système littéral.

- a) Pour le calcul de la moyenne, chaque note correspond à un nombre de points alloués selon le barème indiqué dans le tableau suivant :

NOTES		POINTS
A+	EXCELLENT	4,3
A		4,0
A-		3,7
B+	TRÈS BON	3,3
B		3,0
B-		2,7
C+	BON	2,3
C		2,0 (a)
C-		1,7
D+	PASSABLE	1,3
D		1,0 (b)
E	FAIBLE (ÉCHEC)	0,5
F	NUL (ÉCHEC)	0,0
F*	ÉCHEC PAR ABSENCE	0,0

(a) = Note de passage dans un programme

(b) = Note de passage dans un cours et note maximale pour un examen de reprise

- b) Le résultat de l'évaluation de certains cours peut être inscrit de la façon suivante :

(S) succès sans valeur numérique

(E) échec sans valeur numérique

- c) Les mentions suivantes peuvent être inscrites au relevé de notes de l'étudiant :

ABA	abandon
ATN	en attente
EF	évaluation facultative
EQV	équivalence
EXE	exemption
REM	remise
SE	sans évaluation
SN	sans notation

Grille de pondération intégrée aux plans de cours

NOTE	APPLICATION CONCRÈTE
100 à 89,5 = A+	Le travail fourni est de qualité exceptionnelle . Dans son ensemble, le travail dépasse les critères attendus de rendement. Excellente intégration des notions vues en classe
89,4 à 79,5 = A, A-	Le travail fourni est très bon, tous les critères attendus de rendement ont été respectés . Très bonne intégration des notions vues en classe
79,4 à 69,5 = B+, B, B-	Le travail fourni est bon, la majorité des critères attendus de rendement ont été respectés . Les notions vues en classe sont généralement bien intégrées .
69,4 à 59,4 = C+, C	Le travail fourni présente certaines lacunes , dont certaines importantes. Les critères attendus de rendement ont été respectés que partiellement . Les notions vues en classes plus ou moins bien intégrées .
59,5 à 49,5 = C-, D+, D	Le travail fourni est nettement insatisfaisant , les critères attendus de rendement sont peu ou pas respectés . Les notions vues en classe généralement mal intégrées .

CÉFES UdeM

Langue écrite

En raison de l'importance de la maîtrise de la langue écrite dans ce programme, l'étudiant peut se voir retrancher jusqu'à **20%** des points attribués à chaque évaluation.

Vente de recueils et livres (le cas échéant)

Pour vous assurer que votre recueil soit bel et bien disponible, rendez-vous sur le site de la librairie : <http://www.librairie.umontreal.ca/>

The screenshot shows the website interface for 'La Librairie Université de Montréal'. At the top left is the university logo and name. To the right are navigation links: Politiques | Aide | Nous joindre | Horaires | Stationnement. Below these is a search bar with the text 'Rechercher' and a magnifying glass icon, followed by a 'Recherche avancée' link. A horizontal menu contains: ACCUEIL, CATALOGUE GÉNÉRAL, CATALOGUE MÉDECINE, PRODUITS, COLLECTIVITÉS. On the right of this menu is a shopping cart icon and the text '0 article Total: 0,00 \$'. On the left, there are sections for 'ÉTUDIANT(E)S' with a search box and 'ENSEIGNANT(E)S | COMMANDES'. The main banner features the 'La Librairie Université de Montréal' logo and the text: 'La Librairie RACHÈTE maintenant les MANUELS USAGÉS à l'année'. Below this, it says 'Pour tous les détails et consulter la liste de rachat, clique ICI' with an underline. To the right of the banner is an image of three stacked books. Below the banner are two light blue boxes with white text: '3 POSSIBILITÉS POUR OBTENIR TES LIVRES POUR TA NOUVELLE SESSION' and 'COVID-19 : MISE À JOUR SUR LE SERVICE EN BOUTIQUE ET LE SERVICE EN LIGNE'. At the bottom left, there is a 'LIVRES' section with a sub-section for 'MANUELS USAGÉS' indicated by a book icon.

Librairie : local 1315, Pavillon 3200 rue Jean-Brillant

Heures d'ouvertures : du lundi au jeudi, de 9h00 à 19h30

le vendredi, de 9h00 à 17h00

Téléphone : 514-343-7362

Carte étudiante de l'UdeM

<https://registraire.umontreal.ca/etudes-et-services/carte-udem/>

Conditions d'obtention

Être étudiant inscrit à l'UdeM au trimestre durant lequel on fait la demande de carte

Connaître son matricule

Présenter une carte d'identité valide (assurance-maladie, permis de conduire, passeport)

Statuts particuliers

Étudiants internationaux : être en règle auprès du Bureau des étudiants internationaux

Résidents permanents : avoir remis au Registrariat la carte de résident permanent au Canada, ou la fiche IMM1000 ou IMM5292

Citoyens canadiens nés à l'extérieur du Canada : avoir remis au Registraire la carte de citoyenneté canadienne

Étudiants libres : l'obtention de la carte est possible de 6 à 10 jours ouvrables après le paiement des droits de scolarité

Parcours étudiant (ressources à consulter)

<https://fep.umontreal.ca/vous-etes/etudiant-actuel/>



Accueil / Vous êtes / Étudiant actuel

Sommaire

Soutien financier

Gestion de vos études

Services aux étudiants

Aide et conseil

Découvrez les services et outils uniques à la FEP, et quelques ressources indispensables de l'Université de Montréal. Consultez-les, utilisez-les, ils sont gratuits et conçus pour vous.

Si vous ne trouvez pas l'information ou le service que vous cherchez, consultez notre [foire aux questions](#) ou [contactez](#) notre équipe à l'accueil, elle vous accompagnera pas à pas.

Règlement des études de premier cycle (à consulter)

<http://secretariatgeneral.umontreal.ca/documents-officiels/reglements-et-politiques/reglement-des-etudes-de-premier-cycle/>

6.12 Abandon d'un cours

a) Demande

L'étudiant peut abandonner un cours au plus tard à la date limite fixée dans le calendrier universitaire ou, le cas échéant, dans le délai fixé pour chacun des cours. Une demande d'abandon écrite et motivée peut être exigée. Le doyen ou l'autorité compétente responsable du programme auquel est inscrit l'étudiant juge du bien-fondé de la demande. En cas de refus, le doyen ou l'autorité compétente doit motiver sa décision et en informer l'étudiant par écrit.

b) Abandon autorisé

Si le doyen ou l'autorité compétente agréé la demande, la mention « abandon » (ABA) est inscrite au relevé de notes. Le doyen ou l'autorité compétente peut alors exiger que l'étudiant se réinscrive au cours dans un délai qu'il prescrit.

c) Abandon non autorisé

Si la demande est refusée ou si l'étudiant abandonne le cours sans se conformer à la procédure décrite, le cours reste inscrit au relevé de notes et la note finale du cours est calculée en attribuant un échec à toute évaluation à laquelle l'étudiant ne s'est pas soumis.

6.13 Interruption des études et dérogation aux prescriptions d'inscription

a) Interruption des études

L'étudiant peut interrompre ses études. Il existe trois catégories d'interruption des études : le congé parental, le congé de maladie et la suspension.

L'étudiant qui se voit accorder une interruption demeure soumis aux règles de progression de son programme. De plus, il peut se voir imposer des conditions particulières au moment de sa réinscription. Au terme de la période autorisée, l'étudiant doit s'inscrire à des cours du programme, sans quoi il devra présenter une nouvelle demande d'admission au programme.

i. Congé parental

L'étudiant qui souhaite se prévaloir d'un congé parental doit présenter une demande à cet effet au doyen ou à l'autorité compétente. La durée maximale d'un congé parental est de trois trimestres consécutifs. Ce type de congé peut être accordé pour un nouvel enfant sur présentation d'une autre demande au doyen ou à l'autorité compétente. Sur demande, l'étudiant peut avoir à fournir des pièces justificatives.

ii. Congé de maladie

L'étudiant qui souhaite se prévaloir d'un congé de maladie, pour lui-même, pour un enfant ou pour un parent pour lequel il fait office d'aidant naturel, doit présenter une demande à cet effet au doyen ou à l'autorité compétente. Pour ce type de congé, l'étudiant doit fournir une attestation médicale. Le congé de maladie peut être renouvelé sur présentation d'une nouvelle demande au doyen ou à l'autorité compétente.

Calendrier facultaire

- Le calendrier facultaire comprend des dates importantes durant l'année universitaire : dates limites d'admission, d'annulation et d'abandon de cours, congés, semaine d'activités libres, etc.

<http://fep.umontreal.ca/a-propos/calendrier/>

Services à la vie étudiante

- Service à la vie étudiante

<https://vieetudiante.umontreal.ca/>

- La rédaction et la citation **des sources**

<https://integrite.umontreal.ca/methodes-de-travail/redaction/>

Perfectionnement et autres activités

Tests diagnostiques (connaissances en français)

<https://testsdiagnostiques.ccdmd.qc.ca/>

Communication écrite en français

<https://bib.umontreal.ca/langues-litteratures/communication-ecrite-francais>

Les bibliothèques de l'UdeM

<http://www.bib.umontreal.ca>

Baccalauréat par cumul de certificats

Plusieurs combinaisons possibles...

Les combinaisons classiques à la FEP

Création et gestion de contenus + Publicité/com. créative + Relations publiques

Création et gestion de contenus + Rédaction + Journalisme

Création et gestion de contenus + Relations industrielles + Coop. et solidarités internationales

Création et gestion de contenus + Majeure d'une autre faculté

Création et gestion de contenus + 2 mineures d'une autre faculté

Création et gestion de contenus + mineure (Laval/UQAM) + Gestion de projets (HEC)

2 certificats de HEC + **Création et gestion de contenus** = Baccalauréat par cumul en marketing*

- Voir: <https://fep.umontreal.ca/programmes/baccalaureats/baccalaureat-par-cumul-en-marketing/>
- Règles dans l'obtention du baccalauréat par cumul <http://www.fep.umontreal.ca/baccalaureat.html>

Services offerts à la FEP

Tout pour réussir

<https://fep.umontreal.ca/vous-etes/etudiant-actuel/>

Personnes à contacter (Rappel)

- Patrice Leroux
 - Responsable de programme
 - patrice.leroux@umontreal.ca

- Julie Malenfant (ou autre)
rep-tgde@fep.umontreal.ca

- - TGDE (technicienne à la gestion des dossiers étudiants)
 - Problème d'inscription, annulation et abandon de cours, perte de NIP, etc.

- Secrétaire de bureau (Diane Labbé)
 - TCTB (technicienne en coordination du travail de bureau)
 - com-secr@fep.umontreal.ca
 - Absence à un examen final pour cause de force majeure
 - Examen différé (après approbation du responsable de programme)
 - Situation de handicap particulier

Analyse détaillée

Afin de déterminer les perspectives d'une profession, l'importance de l'écart entre les projections du nombre total de chercheurs d'emploi et celui d'ouvertures d'emploi au cours de la période de projection (2022-2031) est analysée conjointement avec l'évaluation des conditions récentes sur le marché du travail. L'objectif est de déterminer si les conditions récentes sur le marché du travail (pénurie, équilibre ou surplus) observées dans une profession au cours des dernières années persisteront ou changeront au cours de la période de projection (2022-2031). Par exemple, si l'analyse des principaux indicateurs du marché du travail suggère que le nombre de chercheurs d'emploi était insuffisant afin de doter l'ensemble des ouvertures d'emploi (une pénurie de main-d'œuvre) dans une profession au cours des dernières années, les projections sont alors utilisées afin de déterminer si cette situation se poursuivra au cours de la période de projection ou si cette profession retournera à une situation d'équilibre.

L'analyse des principaux indicateurs du marché du travail tels que la croissance des postes vacants et de l'emploi, ainsi que le taux de chômage suggère que l'offre étaient suffisamment nombreux pour combler la demande dans ce groupe professionnel au cours de la période 2019 à 2021.

Pour les **Professionnels/professionnelles en publicité, en marketing et en relations publiques**, au cours de la période 2022-2031, les projections montrent un total de **73 700** nouvelles possibilités d'emploi (provenant de la demande d'expansion et de remplacement) et de **67 200** chercheurs d'emploi (provenant des sortants scolaires, de l'immigration et de la mobilité).

Étant donné que le nombre projeté d'ouvertures et de chercheurs d'emploi devraient être relativement similaires au cours de la période 2022-2031, on anticipe que les conditions d'équilibre entre l'offre et la demande de main-d'œuvre observées lors des dernières années devrait se maintenir au cours de la période de projection. Une analyse plus détaillée des perspectives de ce groupe professionnel sera publiée au cours des prochaines semaines.

Source [Système de projection des professions au Canada - EDSC](#)

Merci.

Bon début de session !