

COMMUNICATION, RÉDACTION ET MULTIMÉDIA

BACCALAURÉAT EN ÉDUCTION (1), RÉGIME COOPÉRATIF (10), RÉGIME RÉGULIER (13)

Personnes rejoignables	63		Hommes		Femmes
Nombre de répondants	24	38,1 %	6 (25 %)		18 (75 %)

Note : les pourcentages ne sont pas affichés pour les questions ayant 5 répondants ou moins.

Situation des diplômés à la 1^{re} semaine d'avril 2005 et 2006

	Avril 2005		Avril 2006	
	Nombre	%	Nombre	%
Sur le marché du travail	19	79,2	20	83,3
Aux études	4	16,7	4	16,7
Inactifs professionnellement	1	4,2	0	0,0
Nombre total	24		24	

Situation des diplômés sur le marché du travail à la 1^{re} semaine d'avril 2005 et 2006

	Avril 2005		Avril 2006	
	Nombre	%	Nombre	%
En EMPLOI	16	84,2	17	85,0
Ayant un emploi à temps plein	16	84,2	17	85,0
Ayant un emploi à temps partiel	0	0,0	0	0,0
Ayant plusieurs emplois à temps partiel	0	0,0	0	0,0
Au CHÔMAGE	3	15,8	3	15,0
Nombre total	19		20	

En emploi et poursuivant des études

0/16

0/17

Période écoulée pour obtenir un 1^{er} emploi à temps plein			Total	21
	Nombre	%	Nombre	%
Aucun délai	4	19,0	De 9 à 12 mois	1
De 0 à 3 mois	6	28,6	De 12 à 18 mois	1
De 3 à 6 mois	5	23,8	18 mois et plus	2
De 6 à 9 mois	0	0,0	Déjà en emploi avant les études	2

Données relatives à l'EMPLOI pour la 1^{re} semaine d'avril 2006

Correspondance études/travail	Total	17	Type de travail	Total	17
	Nombre	%		Nombre	%
Emplois reliés	13	76,5	Permanent	14	82,4
Emplois non reliés	4	23,5	Temporaire renouvelable	2	11,8
			Temporaire non renouvelable	1	5,9
			Temporaire mais ignore si renouvelable ou non	0	0,0

Raison principale d'un travail non relié à la formation			Total	5 %
	Nombre	%	Nombre	%
Opportunité plus intéressante	0		Pas trouvé d'emploi dans mon domaine	1
Pas trouvé d'emploi satisfaisant	2		Correspond à d'autres études	1
Concours de circonstances	0		J'ai conservé mon ancien emploi	0
Mes intérêts ont changé	1		Autre raison	0

Nombre total d'heures de travail par semaine

Travail à temps plein	Total	17	Travail à temps partiel	Total	0
	Nombre	%		Nombre	%
De 30 à 45 h	13	76,5	Moins de 10 h	0	
De 46 à 54 h	3	17,6	De 10 à 19 h	0	
55 h et plus	1	5,9	De 20 à 29 h	0	
			De 30 à 45 h	0	

Salaire

Travail à temps plein	Total	17	Travail à temps partiel	Total	0
	Nombre	%		Nombre	%
Salaire annuel			Salaire horaire		
Moins de 23 000 \$	1	5,9	Moins de 15,00 \$	0	
De 23 à 30 999 \$	8	47,1	De 15 à 21,99 \$	0	
De 31 à 36 999 \$	4	23,5	De 22 à 28,99 \$	0	
De 37 à 44 999 \$	2	11,8	De 29 à 35,99 \$	0	
De 45 à 50 999 \$	2	11,8	De 36 à 42,99 \$	0	
De 51 à 56 999 \$	0	0,0	43 \$ et plus	0	
57 000 \$ et plus	0	0,0			

Raison principale d'un travail à temps partiel

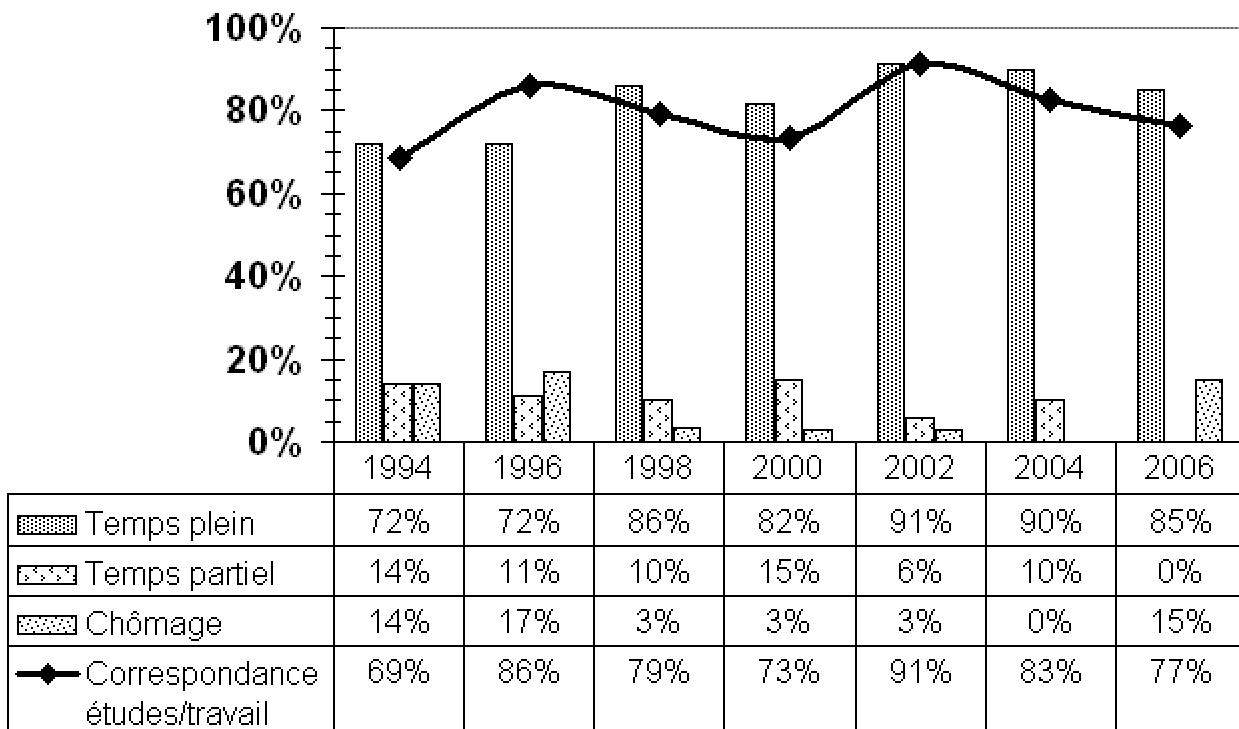
	Nombre	%		Nombre	%
Seul emploi dans mon domaine	0		Occasion d'entrer dans l'entreprise	0	
Pour rester dans ma région	0		Pas trouvé d'emploi à temps plein	0	
À la suite de coupures	0		Par choix	0	
Ma situation ne me permettait pas de travailler à temps plein	0		Pour étudier	0	
			Autres	0	

Commentaires

Comparée aux deux dernières relances, l'intégration au marché du travail pour certains répondants du bac en communication, rédaction et multimédia présente quelques difficultés. Malgré un pourcentage relativement élevé d'emploi à temps plein (85 %), la correspondance études-travail est à la baisse (76,5 % vs 82,8 % en 2004); le taux de chômage a fait un bond important, passant de 0 % en 2004 à 15 %; 21,1 % des répondants en recherche d'emploi ont dû attendre au-delà de neuf mois avant de décrocher un emploi à temps plein vs 4,3 % en 2004; le pourcentage de répondants ayant un revenu annuel inférieur à 31 000 \$ par année est encore plus élevé qu'en 2004 (53 % vs 46,2 %) et le nombre d'heures de travail par semaine augmente (23,5 % d'entre eux travaillent plus de 46 heures par semaines vs 4 % en 2004). En fait, il n'y a que les emplois permanents qui sont à la hausse (82,4 % vs 72,4 % en 2004).

Soulignons aussi que par rapport à l'ensemble du 1er cycle :

- la majorité des répondants sont des femmes (75 % vs 56 %);
- ils utilisent plus fréquemment les services de placement universitaire pour décrocher un premier emploi (21,1 % vs 5 %);
- 25 % d'entre eux avaient déjà commencé des études universitaires avant de débuter un baccalauréat en communication, rédaction et multimédia vs 10,8 %;
- et plus du tiers (37,5 %) poursuivent des études dans un domaine autre que leur formation de 1er cycle vs 8,7 %.



Données relatives à la FORMATION et aux ÉTUDES

Activités de FORMATION entreprises depuis la fin des études

Cours d'anglais (3)
 Formation sur Excel
 Formation pour la GRC

Formation sur Access
 Formation en sécurité au travail
 Cours de relations publiques

Programmes d'ÉTUDES supplémentaires entreprises après le diplôme de premier cycle

Maîtrise communication et langages (2)
 Maîtrise traductologie
 AEC webmestre

Maîtrise études littéraires (création)
 AEC organisation de voyages nationaux et internationaux
 AEC programmeur analyste

Motif principal de la poursuite des études

	Nombre	%		Nombre	%	Total	8
Pas trouvé d'emploi	1	12,5	Augmenter mes compétences	1	12,5		
Pas trouvé d'emploi satisfaisant	2	25,0	Intérêt pour les études	1	12,5		
Augmenter mes possibilités d'emploi	1	12,5	Changer de domaine de formation	1	12,5		
Exigence de la profession	0	0,0	Exigence de l'employeur	0	0,0		
Obtenir poste ou salaire plus élevé	0	0,0	Autre	1	12,5		

Lien entre les études supplémentaires et celles de 1^{er} cycle

	Nombre	%		Nombre	%		Nombre	%
Même domaine	1	12,5	Domaine connexe	4	50,0	Autre domaine	3	37,5

COMMUNICATION, RÉDACTION ET MULTIMÉDIA

Description des emplois

BACCALAURÉAT EN ÉDUCATION

Lecteur de médias

Passer en revue l'actualité de la presse électronique (radio-télé) et faire le résumé des nouvelles qui traitent de tel ou tel sujet pour de potentiels acheteurs.

Entreprise de l'information

RÉGIME COOPÉRATIF

Coordonnateur aux relations publiques

Conception, rédaction et révision d'outils promotionnels (dépliants, feuillets, communiqués de presse, discours, publicité, etc.).

Agence de relations publiques

Organisation et gestion d'événements (conférence de presse, inaugurations, colloques, cocktails, salons, etc.).

Élaboration et planification de stratégies de communication.

Porte-parole auprès des médias et du public.

Agent d'information

Coordination d'activités promotionnelles et de publicité.

Université

Rédaction d'articles.

Création de pages Web.

Relations avec les médias.

Coordonnateur d'événements spéciaux

Planifier, organiser et coordonner un festival d'été.

Municipalité

Participer à la programmation des activités et en assurer la mise en oeuvre.

Exercer un contrôle logistique.

Mettre en place les services et activités complémentaires.

Voir à l'aménagement des lieux et à l'installation des équipements.

Superviser le personnel et les bénévoles.

Assurer le suivi budgétaire et l'évaluation post-événement.

Rédiger des recommandations.

Concepteur-rédacteur publicitaire

Concevoir et rédiger des messages publicitaires en tenant compte des caractéristiques du produit, de la cible visée et des médias utilisés afin de trouver la formule ou le mot juste pour traduire la pensée de l'entreprise.

Agence de marketing

Rédaction de textes, de communiqués, de scénarios et de dialogues.

Révision de textes.

Agent de développement

Responsable du site Web.

Organisme communautaire

Rédaction d'articles et de communiqués de presse.

Organisation d'activités spéciales.

Révision et correction de textes.

Rédacteur

Rédaction, traduction et adaptation de textes publicitaires et techniques en anglais et en français.

Quincaillerie

Révision linguistique et correction d'épreuves.

Contrôle de la qualité linguistique.

RÉGIME RÉGULIER

Coordonnateur aux communications

Élaborer et mettre en oeuvre les plans de communication.
Coordonner les relations avec les médias et les porte-parole.
Préparer les communiqués de presse, les dépliants et les affiches.
Produire du matériel promotionnel.
Assurer la promotion des événements tels que la collecte de fonds.
Soutenir les communications entre les différents membres de l'équipe à l'interne et à l'externe.
Procéder à la mise à jour constante du site Internet.

OSBL (Organisme sans but lucratif) (2)

Agent de communication

Responsable de la promotion des activités et de l'ensemble des communications de l'organisme.
Conception, planification et mise en oeuvre de plans de communication.
Organisation et coordination d'événements.
Porte-parole auprès des médias et du public.
Rédaction de textes.
Révision et traduction de documents.
Mise en page.

Cégep

Attaché politique

Représenter et accompagner une personnalité politique dans ses déplacements.
Assurer la planification et la gestion de son agenda.
Veiller au suivi de certains dossiers politiques.
Rédiger divers communiqués, documents et discours.
Assumer la gestion des relations publiques.
Organiser et gérer la logistique d'événements.

Gouvernement provincial

Agent de promotion

Organisation d'activités promotionnelles.
Élaboration d'outils de communication.
Création et gestion des dossiers publicitaires.
Animation de points de presse.
Recherche de commanditaires.
Analyse des chiffres de ventes.
Gestion du personnel.

Centre commercial

Responsable promotion marketing

Responsable des campagnes de publicité et de promotion.
Analyse des ventes et des études de marché.
Développement de projets promotionnels.
Charge de communications à l'interne.

Industrie de la construction

Gérant

Organisation des événements promotionnels (tournoi de golf, concours thématique, etc.).
Gestion générale (ressources humaines, financières et matérielles).
Création de publicité au niveau local.
Organisation des systèmes informatiques.
Balancement des caisses.

Bar-restaurant

Commis aux admissions et aux inscriptions

Conseiller en voyages

Journalier

Université

Agence de voyage

Entreprise des technologies de l'information