



Perspectives professionnelles

BACCALAURÉAT EN COMMUNICATION (MÉDIAS NUMÉRIQUES)

MISE EN GARDE

Les perspectives sont des prévisions basées sur l'analyse des tendances observées sur le marché du travail. Nous vous invitons à les utiliser avec prudence et à bonifier votre recherche d'information à l'aide d'autres sources crédibles.

Révisé :
Septembre 2017

PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES

Dans cette section, toutes les données sont extraites des sources disponibles les plus récentes (recherche effectuée en avril 2016 et en juillet 2017).

FACULTÉ : COMMUNICATION

PROGRAMME : COMMUNICATION (MÉDIAS NUMÉRIQUES)

INSERTION PROFESSIONNELLE

- Selon l'enquête « La Relance à l'université » du ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur (2013) auprès des diplômés des programmes en communication et journalisme :
 - 74 % occupaient un emploi.
 - 90 % occupaient un emploi à temps plein et 75 % considéraient que l'emploi était en rapport à leur formation.
 - 19 % poursuivaient leurs études.

- Selon les données de « L'enquête nationale auprès des ménages » sur les programmeurs et développeurs en médias interactifs (Emploi-Avenir Québec, 2011), voici les domaines dans lesquels ils évoluaient :
 - Conception de systèmes informatiques (41 %)
 - Secteur manufacturier (11 %)
 - Administration publique (9 %)
 - Édition de logiciels (8 %)
 - Commerce (6 %)
 - Finance et assurances (6 %)

- Emploi-Québec (2016) mentionne que la présence sur le Web devient de plus en plus incontournable pour les entreprises, car elle peut accroître leur visibilité et leur rentabilité. Le nombre toujours croissant de sites Internet d'entreprise favorise la demande de main-d'œuvre en conception et développement Web. La complexité et le caractère professionnel des sites augmentent. Les professions en conception, en développement Web et en programmation ainsi qu'en développement en médias interactifs se retrouvent parmi les professions les plus demandées actuellement au Québec.

- Selon Emploi-Québec (2016), le domaine du service-conseil en informatique est en croissance et offre des possibilités d'emploi intéressantes aux diplômés universitaires. Celui des technologies sans fil et des entreprises du secteur des médias interactifs sur Internet connaît également une période de croissance. L'informatisation des entreprises, l'accroissement du nombre de sites Web avec des éléments transactionnels, les changements technologiques rapides, l'intérêt pour les systèmes d'infogérance, les besoins liés à la programmation et l'intégration de produits du multimédia contribuent à maintenir la demande de main-d'œuvre.

- Les investissements publicitaires en numérique, tout comme le temps passé en ligne, ne cessent de croître, notamment grâce à l'augmentation du taux de pénétration des

téléphones intelligents et des tablettes. La mobilité est un moteur important de l'essor du numérique, et la démocratisation de l'offre pour le placement média contribuent également à cet essor (Conseil des directeurs médias du Québec).

- La tendance à la forte augmentation de l'emploi du jeu électronique dans l'industrie dans cette industrie devrait se maintenir au cours des prochaines années. Au niveau local, la qualité de la main-d'œuvre et l'augmentation de l'offre de programmes de formation conçus en fonction des besoins de cette industrie devraient continuer à favoriser la croissance (Emploi-Avenir Québec).
- Emploi-Avenir Québec prévoit que le nombre de programmeurs et développeurs en médias interactifs augmentera de façon notable au cours des prochaines années. La situation sur le marché du travail des bacheliers devrait être excellente au cours des prochaines années. L'évolution de l'emploi dans cette profession dépend en premier lieu de la demande de services informatiques. Elle est également influencée par la concurrence internationale.

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Domaines : communications, relations publiques, édition et multimédia

Applications : sites et applications sur le Web; bornes interactives et installations dans un lieu public; communications par technologies mobiles (cellulaire)

Organisations :

- Agences de publicité
- Agences médias
- Entreprises spécialisées dans les technologies de l'information et des communications
- Entreprises spécialisées dans la conception de sites Internet
- Entreprises spécialisées dans les services informatiques
- Firmes de communication ou de consultation
- Organismes publics, communautaires, culturels et réglementaires (SODEC, CRTC, Téléfilm, etc.)
- Télédiffuseurs et radiodiffuseurs

PROFESSIONS LIÉES AU DOMAINE

- Agente, agent d'information
- Analyste ou spécialiste du contenu
- Administratrice Web
- Chargée, chargé de projet
- Conceptrice-rédactrice, concepteur-rédacteur publicitaire
- Conseillère, conseiller en communication
- Développeuse, développeur, médias numériques, applications
- Édimestre
- Gestionnaire des réseaux sociaux, du Web
- Planificatrice, planificateur ou analyste média
- Stratège Web, média
- Scénariste en multimédia
- Spécialiste en stratégie de communication numérique

- Webmestre

EXEMPLES DE TÂCHES SPÉCIFIQUES

Gestionnaire de réseaux sociaux

Animer et analyser les profils, les communautés virtuelles et leurs contenus pour le compte d'entreprises ou de la clientèle afin d'en assurer la visibilité en ligne et d'en protéger ou d'en bonifier la réputation.

- Créer et assurer la gestion des comptes sur les réseaux sociaux.
- Produire et mettre en œuvre un plan de communication adapté aux médias sociaux.
- Rechercher, rédiger, créer et diffuser des contenus pour animer les communautés.
- Interagir avec les abonnés, gérer les commentaires reçus et alimenter les conversations publiques.
- Assurer une veille quant à la présence et à la réputation de l'entreprise ou de la clientèle sur les réseaux sociaux ainsi qu'aux nouveautés concurrentielles.
- Produire des rapports statistiques d'efficacité et élaborer de nouvelles stratégies au besoin.
- Suivre l'actualité des réseaux sociaux et tester de nouveaux outils.

Stratège Web

Accompagner et conseiller les entreprises en élaborant des plans et des stratégies qui leur permettront d'améliorer ou d'optimiser leur présence sur le Web et les médias sociaux afin de répondre aux attentes des utilisateurs et, ainsi, atteindre les objectifs d'affaires de l'entreprise.

- Analyser les besoins et les défis d'affaires de la clientèle en matière de contenu Web et de médias sociaux.
- Concevoir et rédiger des stratégies adaptées aux objectifs propres au mandat.
- Travailler avec les développeurs et les ergonomes dans l'élaboration de maquettes.
- Identifier les besoins des utilisateurs.
- Exposer les tactiques et les stratégies à la clientèle (présentations commerciales).
- Effectuer des recommandations de fonctionnalités, de systèmes, de contenus et d'efforts de commercialisation.
- Valider la faisabilité technique des recommandations selon l'environnement de la clientèle.
- Déterminer des indicateurs de performance.
- Effectuer des veilles stratégiques concurrentielles.
- Superviser la production des contenus éditoriaux et graphiques et s'assurer du respect des échéanciers.
- Participer à la conduite d'appels d'offres et à la sélection de fournisseurs Web.

Source : REPÈRES, l'outil officiel en information scolaire et professionnelle

CARACTÉRISTIQUES DU PROGRAMME FAVORISANT L'INSERTION PROFESSIONNELLE

- Seul programme au Québec axé sur une réflexion théorique en ce qui a trait à l'essor du numérique, cette nouvelle formation confirme et renforce la position de l'UQAM comme principal pôle de formation en communication au Québec, voire au Canada.
- Possibilité de réaliser une session d'échange dans une université étrangère.

PERSPECTIVES SALARIALES

Selon l'étude « Le marché du travail et de l'emploi au Québec – Perspectives d'emploi par profession 2013-2017 » et le site Information sur le marché du travail (IMT) d'Emploi-Québec, le revenu annuel des professions suivantes liées au baccalauréat en communication (médias numériques) s'établissait ainsi :

Profession	Emplois estimés ¹	Revenu annuel ²	Perspectives
Conceptrice, concepteur et développeuse, développeur Web	4 500	43 000 \$	Favorables
Cadre supérieure, cadres supérieur, services financiers, communications et autres services aux entreprises	12 000	91 000 \$	Non publiées

1. Nombre d'emplois estimé en 2012

2. Revenu annuel moyen d'emploi à temps plein en 2010

Selon REPÈRES, le salaire annuel minimum moyen et maximum moyen des professions suivantes liées au baccalauréat en communication (médias numériques) s'établissait ainsi :

Profession	Minimum moyen	Maximum moyen	En date de
Édimestre (gestionnaire de contenu Web)	33 000 \$ à 37 999 \$	85 000 \$ à 99 999 \$	2015
Gestionnaire de réseaux sociaux	33 000 \$ à 37 999 \$	85 000 \$ à 99 999 \$	2016
Intégratrice, intégrateur multimédia et Web	33 000 \$ à 37 999 \$	85 000 \$ à 99 999 \$	2016
Stratège Web	33 000 \$ à 37 999 \$	85 000 \$ à 99 999 \$	2015

Note : Le taux horaire est généralement moins élevé en début de carrière.

ATOUTS RECHERCHÉS PAR LES EMPLOYEURS

- Selon REPÈRES, les édimestres utilisent des logiciels d'édition HTML, de traitement de l'image, de communication, de navigation sur Internet, de bases de données, ainsi que des outils FTP et des systèmes de gestion de contenu (CMS).

- Pour exercer la profession de gestionnaires de médias sociaux, il faut connaître les médias sociaux et les modes d'interactivité du Web. La maîtrise de la langue anglaise est un atout. Le travail peut nécessiter une disponibilité en tout temps dans le cadre de la veille technologique (REPÈRES).
- Les stratégies Web utilisent des logiciels de traitement de l'image, de communication, de navigation sur Internet, de bases de données, de référencement et d'analyse. Selon REPÈRES, les éléments suivants peuvent être considérés comme des atouts :
 - Avoir une connaissance opérationnelle des méthodes, techniques et outils en ergonomie d'interface, ainsi qu'en expérience utilisateur et en accessibilité Web.
 - Maîtriser le référencement Web : SEO (*Search Engine Optimization*) et SEM (*Search Engine Marketing*).
 - Bien comprendre les enjeux technologiques relatifs au développement Web.
 - Avoir une bonne connaissance en analyse d'affaires appliquée au Web.

SOURCES ET LIENS UTILES

- [Agences Web Québec](#)
- [Alliance interactive canadienne](#)
- [Alliance numérique](#)
- [Association de marketing relationnel](#)
- [Association des agences de publicité du Québec \(AAPQ\)](#)
- [Association des professionnels de la communication et du marketing](#)
- [Cefrio](#)
- [Conseil des directeurs médias du Québec](#)
- [Comité sectoriel de main-d'œuvre en technologie de l'information et des communications](#)
- [Conseil des technologies de l'information et des communications \(CTIC\)](#)
- [CSMO-ESAC, webmestre](#)
- [École des médias de l'UQAM](#)
- [Emploi-Avenir Québec](#)
- [Emploi-Québec \(2016\) :](#)
 - [Dans l'ensemble du Québec, 93 professions les plus en demande actuellement](#)
 - [Information sur le marché du travail \(IMT\)](#)
 - [Les chiffres clés de l'emploi au Québec, édition 2015](#)
 - [Le marché du travail au Québec – Perspectives d'emploi par profession 2013 – 2017](#)
 - [Le marché du travail et de l'emploi par industrie au Québec – Perspective à moyen \(2013-2017\) et long terme \(2013-2022\)](#)
 - [Le marché du travail au Québec – Perspectives à long terme 2012-2021](#)
- [Jobboom :](#)
 - [Les technologies de l'information, toujours une carrière d'avenir!](#)
 - [Trois tendances à suivre pour propulser sa carrière en TIC](#)
- [LANGLOIS, Jacques. *Le guide 2012-2013 des professions*, Saint-Laurent, Éditions du Renouveau pédagogique, 2011, 351 p.](#)
- [LEDUC, Julie. « *Des filles dans le jeu vidéo?* », Jobboom, 2013.](#)

- [MaCarrièreTechno](#)
- [Médias étudiants de l'UQAM](#)
- [Ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur](#). « [Enquêtes Relance](#) ».
- [Ministère de la Culture et des Communications](#)
- [Observatoire de la culture et des communications du Québec](#)
- [PIGE.quebec](#)
- [REPÈRES](#), l'outil officiel en information scolaire et professionnelle
- [Réseau Action TI](#)
- [Société de développement des entreprises culturelles](#)
- [Service de planification académique et de recherche institutionnelle \(SPARI\)](#). « Enquête auprès des diplômés de l'UQAM », données internes, 2013.
- [Société civile des auteurs multimédia](#)
- [TECHNOCompétences](#), « [Vue d'ensemble sur le secteur des TIC](#) », 2013.