

Possibilités d'emplois

Baccalauréat général

en communication/

majeure en communication

Exemples de postes pertinents
en lien avec votre domaine d'études

UQÀM | Services à la vie étudiante

Engagés à faire une différence



TABLE DES MATIERES

Adjoint, adjointe aux communications	4
Agent, agente de communication	6
Agent, agente de communications	8
Agent, agente des communications et du marketing.....	10
Chargé, chargée de projets.....	12
Chargé, chargée de projets.....	14
Chargé, chargée de projets d'expositions	16
Chargé, chargée de communications Web.....	18
Chef communications.....	20
Concepteur, conceptrice, rédacteur, rédactrice.....	22
Conseiller, conseillère aux communications.....	24
Conseiller, conseillère en contenu et médias sociaux	26
Conseiller, conseillère en communication corporative.....	28
Conseiller, conseillère en communication	30
Conseiller, conseillère en communications internes.....	32
Conseiller, conseillère en communication et relations publiques.....	34
Conseiller, conseillère principal en communications	37
Coordonnateur, coordonnatrice aux communications	39
Coordonnateur, coordonnatrice aux communications	41
Coordonnateur, coordonnatrice aux communications	43
Coordonnateur, coordonnatrice aux communications	45
Coordonnateur, coordonnatrice de production	48
Coordonnateur principal, coordonnatrice principale	50

Journaliste.....	52
Recherchiste	53
Rédacteur, rédactrice en chef	55
Rédacteur, rédactrice marketing	57
Rédacteur, rédactrice Web.....	59
Relationniste et animateur, animatrice de communauté.....	61
Responsable de la diffusion et des communications	63
Responsable des communications.....	65
Spécialiste en communication interne.....	67

ADJOINT, ADJOINTE AUX COMMUNICATIONS

Employeur

La Coopérative Enfance Famille

Nommée responsable du futur guichet unique du Québec pour toutes les inscriptions aux listes d'attente des services de garde. Chaque jour, nous nous engageons avec transparence et intégrité afin de faire de la Coopérative, ainsi que ses services, un exemple de qualité.

Description du poste

Relevant de la direction des communications, la personne titulaire de ce poste a comme mandat principal d'appuyer l'équipe dans la mise en œuvre du plan de communication de déploiement du Guichet unique.

Tâches et responsabilités :

Le ou la titulaire du poste peut accomplir une partie ou l'ensemble des tâches suivantes :

- Assister et soutenir de manière continue l'équipe : commande de matériel promotionnel, envois de documentation, suivi de calendrier de projets, etc.
- Effectuer la veille médiatique et des réseaux sociaux pour alimenter la revue de presse interne, le site Internet
- Répertorier et mettre à jour les points de contacts régionaux et locaux
- Identifier les événements et tribunes publiques régionaux auxquels l'organisme devrait participer
- Collaborer aux ententes de visibilité provinciale et régionale et les documenter par une revue de presse, des archives, etc.
- Suivi de production d'outils de communication des fournisseurs
- Réviser divers documents, capsules d'information, lettres ou communiqués, site Internet

- Effectuer des envois de matériel promotionnel (affiches, dépliants, etc.) et des envois courriels et SMS (bulletins, invitations, etc.) aux différents utilisateurs
- Produire les rapports et tout autre document utile demandé par la direction
- Accomplir d'autres tâches liées à sa fonction

Formation et exigences

- Baccalauréat en communication, en marketing ou dans un autre domaine pertinent
- Minimum d'un an d'expérience pertinente
- Excellentes capacités de communication
- Compétences rédactionnelles
- Autonomie, polyvalence, sens de l'organisation, rigueur et dynamisme
- Excellente maîtrise du français parlé et écrit, la maîtrise de l'anglais peut être exigée
- Informatique : compétences de base (suite Office, Photoshop)
- Intérêt envers le communautaire et les services aux jeunes familles

AGENT, AGENTE DE COMMUNICATION

Employeur

Association des cadres municipaux de Montréal

L'Association des cadres municipaux de Montréal (ACMM) est un organisme sans but lucratif qui offre à ses membres un éventail de services qui visent à améliorer et enrichir leur cheminement professionnel et à défendre leurs droits collectifs et individuels.

Description du poste

L'ACMM est à la recherche d'une personne créative afin de pourvoir un poste permanent d'agent de communication possédant les connaissances et expériences pour supporter l'ACMM dans ses activités de formation et de communication. L'agent(e) de communication relève de la directrice administrative.

- Rôle d'appui et de conseil auprès des administrateurs en ce qui a trait aux communications
- Conception, réalisation et évaluation de plans de communication
- Coordination du journal interne : rédaction, révision, recherche de collaborateurs, développement de partenariats, suivi auprès de l'infographiste et de l'imprimeur
- Rédaction de communiqués de presse, infolettres mensuelles, allocutions, dépliants promotionnels et autres documents destinés à informer les membres
- Participation à la planification des événements : assemblées générales, conférences, soirées annuelles, rencontres stratégiques
- Élaboration de stratégies de communication visant à assurer la visibilité de l'Association, recruter de nouveaux membres et les fidéliser à l'organisation
- Rédaction et mise à jour du contenu Web

Formation et exigences

- Formation de niveau universitaire en communication
- 2 ans d'expérience dans le domaine des communications et de l'organisation d'événements
- Excellente maîtrise du français écrit et parlé
- Maîtrise et connaissance des logiciels de la suite Microsoft Office (Outlook, Word, PowerPoint)
- Excellentes aptitudes en communications orales et écrites
- Autonomie et polyvalence
- Capacité à planifier et gérer ses priorités efficacement
- Dynamisme, initiative, motivation (désir et capacité de s'investir)
- Esprit d'équipe et capacité d'adaptation aux changements
- Excellent sens du service à la clientèle

AGENT, AGENTE DE COMMUNICATIONS

Employeur

La Fédération québécoise des directions d'établissement d'enseignement

La Fédération québécoise des directions d'établissement d'enseignement (FQDE) est le principal organisme professionnel représentant les directeurs et directrices d'établissement d'enseignement au Québec. Sa mission principale est de défendre leurs droits sans oublier de promouvoir le développement professionnel et l'excellence dans la direction des établissements d'enseignement au Québec.

Description du poste

- Participe à l'élaboration d'objectifs et de stratégies globales de communication interne et externe de la fédération
- Coordonne et réalise l'Infolettre et le Bulletin express
- Rédige des communiqués de presse et des allocutions
- Crée différents outils de communication interne : sondage, rapport annuel, etc.
- Assure la création et la mise à jour d'un contenu de qualité sur les plateformes Web de la FQDE, Facebook et Twitter
- Agit à titre de conseillère aux communications pour l'association des retraités
- Assure une vigie des médias traditionnels et sociaux et en informe la conseillère
- Réalise le montage des rapports d'activités
- Participe aux réunions des responsables aux communications et rédige les comptes rendus
- Offre un support dans la logistique d'événements de relations publiques
- Soutient la conseillère aux communications dans la diffusion et l'implantation d'outils de communication

- Met en place et maintient un système efficace de classement des dossiers du service
- Effectue des tâches de secrétariat général
- Contribue à l'amélioration continue de la Fédération par l'apport d'idées et une participation active
- Réalise toute autre tâche au besoin

Formation et exigences

- Baccalauréat ou expérience pertinente en communications
- Maîtrise des logiciels InDesign, Photoshop et Illustrator
- Excellence maîtrise de la langue française
- Excellente capacité rédactionnelle (des échantillons seront demandés)
- Maîtrise de la conception et de la mise en page de publications ; expérience pertinente
- Approche axée sur la clientèle et excellent jugement
- Capacité à travailler sous pression dans un environnement au rythme rapide
- Facilité à travailler en équipe, entregent
- Débrouillardise et autonomie
- Créativité et rigueur

AGENT, AGENTE DES COMMUNICATIONS ET DU MARKETING

Employeur

Cinémathèque québécoise

La Cinémathèque québécoise est une cinémathèque dont le mandat est « de conserver, documenter et mettre en valeur le patrimoine cinématographique et télévisuel national et international ». Elle est membre de la Fédération internationale des archives du film (FIAF) depuis 1966.

Description du poste

Soutient l'organisation et la réalisation des opérations du service des communications et du marketing et soutient le développement des publics.

Description du poste :

- Rédige différents textes (matériel promotionnel, bulletin interne et externe, etc.)
- Participe à la recherche et au développement des publics
- Participe au développement des stratégies de communication et soutient l'organisation des activités de promotion
- Voit à la production et à la mise à jour du matériel promotionnel, publicitaire et informatif interne et externe. Par exemple, divers dépliants et publications, le site Internet, les réseaux sociaux, etc.
- Coordonne la distribution des outils de promotion (électroniques et imprimés). Assure la liaison avec les fournisseurs et négocie les tarifs
- Participe à l'organisation des événements internes publics et médiatiques
- Développe et assure la mise à jour de diverses listes d'adresses
- Conçoit et supervise la réalisation des bandes-annonces
- Soutient les activités de communications internes
- Assure la production de la revue de presse annuelle

- Assure la vente des espaces publicitaires dans les outils de communication de la Cinémathèque et participe à la recherche de commandites
- Accomplit toute autre tâche connexe à la demande du directeur général

Formation et exigences

- Baccalauréat en communication marketing ou en communications ou l'équivalent
- Deux années d'expérience pertinente
- Connaissance du cinéma, de la télévision et des nouveaux médias
- Habilité à communiquer
- Sens de l'organisation
- Habileté à travailler en équipe
- Grandes habiletés rédactionnelles
- Maîtrise du français écrit et parlé
- Bonne connaissance de l'anglais écrit et parlé
- Bonnes habiletés informatiques
- Intérêt marqué pour le mandat de la Cinémathèque

CHARGE, CHARGÉE DE PROJETS

Employeur

La Fédération du Québec pour le Planning des Naissances

La FQPN est un regroupement féministe de défense de droits et d'éducation populaire en matière de santé reproductive et de sexualité. La FQPN regroupe plus de soixante-dix groupes locaux, régionaux et nationaux ainsi que des membres individuels. Depuis 40 ans, par l'information critique et l'éducation populaire, elle vise à favoriser le libre choix des femmes face à la maternité à partir de thèmes tels que notamment la contraception, l'avortement, les nouvelles technologies de la reproductive humaine, les services de planning des naissances, l'éducation sexuelle, et la justice sociale en matière de droits reproductifs.

Description du poste

La Fédération du Québec pour le planning des naissances (FQPN) est à la recherche d'une personne motivée et dynamique pour assumer le poste de chargée de projets dans le cadre d'un projet spécifique dans le domaine de la justice reproductive.

Description de tâches :

En étroite collaboration avec le comité qui encadre la démarche et l'équipe de travail, la chargée de projets voit à l'élaboration et à la mise en œuvre du projet de co-construction de savoirs et de création d'outils pédagogiques, dans une perspective de justice reproductive, dans le domaine de la santé sexuelle, reproductive et maternelle.

Elle aura aussi à :

- Suivre l'évolution des enjeux en matière de santé et de justice reproductives au Québec et au Canada
- Établir un réseau de contacts avec le milieu communautaire et féministe

- Élaborer et rédiger divers outils d'information, d'éducation populaire et de mobilisation
- Organiser un événement, participatif et collaboratif, de création de contenus
- Participer à la réalisation du nouveau site Internet de l'organisme
- Participer aux actions collectives et à la vie associative de la FQPN, et toutes autres tâches connexes

Formation et exigences

- Formation universitaire dans une discipline appropriée (anthropologie, études féministes, science politique, sociologie, sexologie, communication, etc.) et/ou cumul d'expérience appropriée acquis ici ou dans un autre pays
- Compréhension de l'analyse intersectionnelle et anti-oppression
- Féministe, intérêt démontré pour la santé sexuelle (reproductive et maternelle) et la justice sociale
- Connaissance du mouvement de la justice reproductive, du féminisme africain-américain
- Connaissance du mouvement des femmes québécois et de l'action communautaire (un atout)
- Compétences de travail avec les femmes dans leur diversité
- Bonne capacité de communication, de synthèse et de rédaction
- Grande polyvalence, capacité d'adaptation et autonomie
- Expérience en éducation populaire, en animation de groupe et en organisation d'événements
- Bilinguisme français/anglais (un atout)

CHARGE, CHARGÉE DE PROJETS

Employeur

Groupe Germain Hospitalité

Au rang des 50 sociétés les mieux gérées au Canada, notre entreprise familiale de Québec possède et exploite des Hôtels ALT — des hôtels au luxe sans superflu — et des Hôtels-boutique Le Germain un peu partout au Canada.

Description du poste

Groupe Germain Hospitalité est à la recherche d'un(e) chargé(e) de projets. Cette personne travaillera au sein de notre équipe nationale. Gestion de communauté et développement de contenus dans les deux langues :

- Créer, rédiger et diffuser de manière impeccable des contenus pertinents sur toutes nos plateformes sociales ; bâtir et gérer les communautés
- Rechercher des partenariats avec d'autres marques et recourir à des promotions croisées, lorsque la fin le justifie
- Mettre en place un système de compte rendu et faire des recommandations basées sur l'analyse des données
- Former et soutenir les membres de l'équipe et concierges qui contribuent activement à nos plateformes ; surveiller l'activité des plateformes 24/7

Maintien des relations avec les médias, blogueurs et partenaires :

- Développer et maintenir de façon proactive des relations avec les médias et les blogueurs s'intéressant aux voyages, au style de vie, à la gastronomie et au design au Canada, aux États-Unis et à l'étranger
- Répondre aux demandes d'information, de nuitées et de photographies
- Compiler et distribuer des rapports de couverture médiatique et électronique
- Assurer la liaison avec les offices du tourisme afin de coordonner des tournées de familiarisation et organiser des séjours pour des journalistes

- Tenir à jour des listes des acteurs et intervenants régionaux

Communications internes et soutien en matière de communications connexes :

- Interpeller et impliquer les employés au moyen de contenus et discussions pertinents sur l'intranet
- Rédiger et distribuer le Courrier G à tous les membres de l'équipe
- Conseiller les collègues aux demandes de commandites et de dons
- Mettre à jour des présentations, des modèles et des textes destinés aux sites Web et à des pièces imprimées
- Ébaucher du matériel de communication pour les partenaires et les investisseurs, diffuser et distribuer des communiqués

Formation et exigences

- Détenir un baccalauréat en communication, marketing, journalisme ou dans une discipline connexe
- Posséder des aptitudes exceptionnelles en rédaction, en français et en anglais
- Avoir un minimum de quatre ans d'expérience en communication, relations publiques et gestion de communauté
- Savoir travailler avec les outils de mesure, d'analyse et de publication numériques
- Avoir des compétences en marketing numérique et photographie des atouts
- Créatif (ive) minutieux(euse), audacieux(euse), bon esprit d'équipe et sens de l'esthétique

CHARGE, CHARGÉE DE PROJETS D'EXPOSITIONS

Employeur

Musée de la civilisation

Le Musée de la civilisation est une société d'État constituée en vertu de la Loi sur les musées nationaux, laquelle établit les fonctions de l'institution :

- Faire connaître l'histoire et les diverses composantes de notre civilisation, notamment les cultures matérielles et sociales des occupants du territoire québécois et celles qui les ont enrichies
- Assurer la conservation et la mise en valeur de la collection ethnographique et des autres collections représentatives de notre civilisation
- Assurer une présence du Québec dans le réseau international des manifestations muséologiques par des acquisitions, des expositions et d'autres activités d'animation

Description du poste

Sous la responsabilité de la Directrice du Service des expositions, la personne titulaire du poste a comme mandat de planifier, coordonner et gérer l'ensemble des activités relatives à la conception, la réalisation, la production, l'installation, le suivi, l'entretien, le fonctionnement ainsi que le montage et le démontage des expositions sous sa responsabilité. De façon plus spécifique, elle aura notamment à :

- Concevoir et réaliser des projets d'exposition en mettant en œuvre l'ensemble des étapes inhérentes à la réalisation des expositions (recherche, concept, scénario et production)
- Établir les échéanciers de réalisation des projets et en assurer le suivi
- Gérer, suivre et s'assurer du respect des budgets alloués
- Coordonner le travail des équipes impliquées dans la réalisation des projets

- Assurer les communications et agir à titre de porte-parole auprès des partenaires et collaborateurs impliqués dans les projets d'expositions
- Assurer les communications et relations publiques auprès des médias, invités spéciaux, visiteurs étrangers ainsi que le personnel du Musée dans le cadre des expositions
- Explorer et analyser des projets d'exposition

Formation et exigences

- Baccalauréat en histoire, en histoire de l'art, en ethnologie, en anthropologie, en sciences ou dans toute autre discipline pertinente
- Cinq (5) ans d'expérience dans le domaine de la gestion de projets en exposition ou tout autre secteur connexe
- Expérience en milieu muséologique
- Excellente maîtrise du français parlé et écrit et une bonne connaissance de la langue anglaise parlée et écrite

Habilités professionnelles :

Nous sommes à la recherche d'une personne qui se démarque par son engagement, son orientation client, qui démontre de l'ouverture, de la collaboration, qui possède un leadership favorisant l'esprit d'équipe, qui est curieuse, créative et rigoureuse. Elle est également reconnue pour son excellent sens de l'organisation, ses habiletés pour les communications verbales et écrites, habiletés en négociation, grand sens de la planification et de la coordination, autonomie et sens de l'initiative, jugement et débrouillardise, tact et diplomatie ainsi qu'une excellente capacité à gérer le changement et les situations complexes.

CHARGE, CHARGÉE DE COMMUNICATIONS WEB

Employeur

Université McGill

L'Université McGill est l'un des établissements d'enseignement supérieur les plus prestigieux du Canada et l'une des grandes universités du monde. Son effectif étudiant, issu de plus de 150 pays, est le plus international des universités canadiennes à forte densité de recherche.

Description du poste

Le/la chargé(e) de communications Web est responsable de la création, de la maintenance et de l'amélioration continue du contenu Web de McGill, conformément aux objectifs et aux stratégies de l'Université et de ses unités constituantes. En combinant d'excellentes aptitudes en rédaction, une compréhension de la convivialité des sites Web et un niveau élevé de connaissance des nouvelles technologies, le/la chargé(e) des communications Web contribue à améliorer le contenu électronique de l'Université et appuie ses objectifs de communications en général. Responsabilités :

- Créer du contenu concis de grande qualité conforme aux objectifs et aux stratégies de communication de l'Université et corriger le contenu rédigé
- Créer et réviser les sites Web de l'Université, de même que concevoir l'architecture d'information en fonction des principes de convivialité Web. Formater et optimiser le contenu Web pour obtenir une utilité et une navigabilité maximales. Mener régulièrement des sondages et des tests de convivialité pour évaluer l'efficacité du contenu en ligne de l'Université, ainsi que pour déterminer continuellement des moyens pour l'améliorer
- Embaucher des photographes à la pige pour contribuer à atteindre les objectifs de communications Web de l'Université McGill
- Aider à gérer l'outil Google Analytics de l'Université McGill. Informer les unités de l'Université des questions concernant les communications Web

- Animer des ateliers de perfectionnement professionnel visant à tenir les éditeurs de sites Web au courant des meilleures pratiques en matière de création de contenu électronique, de mise en page, de convivialité, d'architecture d'information, d'optimisation du moteur de recherche, d'accessibilité, etc., et/ou participer à leur élaboration
- En tant que membre de l'équipe des communications d'urgence de l'Université McGill, il faut être à l'aise avec les différents modes de communication de l'Université et les utiliser pour communiquer avec la communauté universitaire en cas de besoin
- Se tenir au courant des meilleures pratiques et des nouveaux outils dans les domaines en constante évolution suivants : communications Web, marketing, conception Web, multimédia et médias sociaux

Formation et exigences

- Baccalauréat en journalisme, en communications ou dans un domaine connexe, atout important
- Expérience dans un établissement d'enseignement supérieur et connaissance du langage HTML et/ou de Google Analytics sont des atouts.
- Expérience en création et édition de contenu Web
- Orientation client avec capacité manifeste d'établir des relations fructueuses et de créer des liens de confiance avec des partenaires internes et externes
- Habileté éprouvée dans le développement de contenu Web et de solutions pour les occasions et les défis liés aux communications
- Aptitude à s'adapter aux nouvelles technologies, compréhension des outils de communications optimaux pour une tâche donnée et un public cible
- Solides compétences en recherche et en analyse, respect des échéances
- Excellentes compétences en oral et à l'écrit en anglais et en français

CHEF COMMUNICATIONS

Employeur

Musée McCord

Le Musée McCord se consacre à la préservation, à l'étude et à la mise en valeur de l'histoire sociale de Montréal d'hier et d'aujourd'hui, de ses gens, de ses artisans et des communautés qui la composent. Il abrite l'une des plus importantes collections historiques en Amérique du Nord. Il offre également des activités éducatives et culturelles et développe des applications Internet innovatrices.

Description du poste

Le/la titulaire est responsable du développement du plan de communication annuel et des plans de communication des différentes expositions et activités du Musée dans le respect des objectifs, des échéanciers et des budgets alloués avec l'aide de deux agents et d'un studio interne de graphisme sous sa supervision.

Rôles et responsabilités :

- Planification, gestion et livraison des communications
- Planifier, identifier les besoins en communication de l'institution et développer des stratégies et outils de communication optimale pour rejoindre les différentes cibles du Musée (membres, visiteurs, etc.)
- Participer au développement des partenariats, assurer la réalisation des ententes et maintenir d'excellentes relations avec les partenaires
- Réaliser les différents plans de communication, incluant les plans médias et de promotion, les relations publiques, le contenu sur le site Internet du Musée et diffusé via les médias sociaux, etc.
- Établir un calendrier et un budget détaillé pour chaque plan et assurer le suivi des rapports et d'analyses correspondants
- Briefer les agences et ressources externes ou internes et superviser ou assurer la réalisation des mandats

- Être à l'affût des nouvelles tendances dans le milieu culturel et maintenir des réseaux professionnels
- Maintenir à jour des outils de communications et s'assurer de leur utilisation
- Gérer des projets d'édition (ex. : rapport annuel)
- Épauler les agents et autres ressources du Musée dans la réalisation des projets de communication, de promotion et de relations publiques ainsi que l'organisation des divers événements (vernissages, événements, etc.)
- Participer au recrutement, évaluer les compétences et la performance de son équipe et optimiser leur développement
- Superviser la réalisation des études et sondages sur la clientèle
- Gérer les demandes des différents services et définir les priorités
- Assurer le paiement des factures et accomplir autres tâches de bureau
- Assister la directrice du Marketing et des Communications et représenter le Musée au besoin

Formation et exigences

- Diplôme universitaire (BAC en marketing, communication ou équivalent)
- 5 à 10 ans d'expérience en communication, et 3 ans d'expérience pertinente dans des fonctions similaires
- Bilingue (anglais), excellente compétence rédactionnelle en français
- Maîtrise de la Suite Office (Word, Excel, PowerPoint) ; connaissances en édition, en analyse de données et de la Suite Adobe CS (Photoshop, Illustrator ou InDesign), un atout
- Habiletés à gérer de multiples tâches, à définir ses priorités et celles de son équipe avec efficacité et rigueur et à travailler sous pression
- Créativité, débrouillardise, dynamisme, adaptabilité, autonomie, polyvalence, habiletés interpersonnelles et de communication, leadership, désir d'innover et excellente capacité en gestion du temps et ressources

CONCEPTEUR, CONCEPTRICE, REDACTEUR, REDACTRICE

Employeur

LAURA Canada

Fondée en 1930 par Laura Wolstein, Laura Canada est une entreprise de mode familiale possédant deux marques maison : Laura et Melanie Lyne. Établi au Québec, notre groupe conçoit, produit, commercialise et distribue vêtements et accessoires. À ce jour, outre une forte présence sur le Web, plus de 140 succursales canadiennes Laura et Melanie Lyne accueillent nos collections.

Description du poste

Responsable de la création de communications de marketing convaincantes qui correspondent à la marque, tant pour l'interne que l'externe. Fait la promotion de nos marques, selon la clientèle cible, en atteignant les objectifs de l'entreprise et les buts des demandeurs. Fonctions critiques :

Communications :

- Rédige, principalement en anglais et parfois en français, des communications de marketing hautement efficaces et ciblées pour l'interne et l'externe en démontrant une grande créativité, de la passion et un engagement envers la clientèle
- Collabore avec l'équipe du marketing pour déterminer la direction conceptuelle et rédactionnelle de la valorisation des marques et des initiatives publicitaires ; collabore au développement du contenu rédactionnel du site Web
- S'assure que tous les textes créatifs, éditoriaux et sur les produits font la promotion des marques afin d'atteindre les objectifs de ventes
- Interagit avec les équipes des techniques marchandes et les informe des problèmes relatifs au contenu

- Collabore avec les équipes des techniques marchandes pour déterminer les caractéristiques et les descriptions saisonnières des produits
- Travaille avec les graphistes pour s'assurer que le ton et le style du texte conviennent au ton et au style de l'image
- Rédige et révise le contenu des sites Web de Laura Canada
- Révise les communications des autres membres de l'équipe

Responsabilités additionnelles :

- Respecte toutes les politiques et procédures actuelles et nouvelles de l'entreprise (ex. : prévention des pertes, santé et sécurité et ressources humaines)

Formation et exigences

- Baccalauréat en communication/journalisme ou tout autre domaine connexe pertinent
- 3 années d'expérience à titre de rédacteur publicitaire, de préférence dans la vente au détail
- La compréhension du domaine de la mode est un atout
- Excellentes connaissances de Microsoft Office
- Connaissance des logiciels InDesign, Adobe Illustrator et Photoshop
- Aptitudes exceptionnelles en rédaction, y compris la capacité de rédiger dans une gamme de registres et de styles pour divers projets et auditoires
- Grande connaissance de la grammaire, de l'orthographe et de la ponctuation
- Bon sens de l'organisation, entregent
- Bilinguisme

CONSEILLER, CONSEILLERE AUX COMMUNICATIONS

Employeur

Collège Rosemont

Le Collège de Rosemont est un établissement d'enseignement supérieur. Il se démarque par son mandat provincial de formation à distance confié au Cégep à distance, par l'originalité de ses programmes d'études et par ses efforts constants pour s'adapter aux besoins de la population étudiante. Innovateur, humain et tourné vers l'avenir, il a intégré le développement durable au cœur de son identité.

Description du poste

L'emploi de conseiller/ère en communication comporte plus spécifiquement la participation à la conception et à la réalisation de politiques liées aux communications du Collège. Il/elle est chargé(e) de concevoir et de réaliser les stratégies de communication visant à appuyer notamment les orientations institutionnelles, et ce, dans le but de mieux informer les étudiant(e)s, le personnel, les parents, les partenaires, les différentes clientèles et la population en utilisant à cette fin divers modes de communication. Nature du travail :

- Participe à la conception et à la réalisation d'activités liées aux communications internes et externes du Collège et de ses secteurs de formation
- Développe et met à jour les outils Web du Collège (Portail, site Internet) et Web 2.0 (Facebook, Twitter, blogues, YouTube, LinkedIn, Instagram, etc.)
- Soutient et conseille les gestionnaires et suggère des opportunités d'amélioration et des stratégies de communication numérique particulièrement dans le domaine des réseaux sociaux, en lien avec les objectifs de communication
- Effectue une veille stratégique des nouvelles technologies, des outils Web Collège, des réseaux sociaux et des médias

- Analyse les résultats de l'utilisation des différentes plateformes Web et fait les recommandations appropriées
- Participe à des projets de nature corporative touchant les politiques, directives et orientations de son champ d'activités
- Travaille à augmenter la visibilité du Collège, à surveiller son efficacité et sa performance sur le Web (référencement, maillage, etc.)
- Surveille et modère les discussions et commentaires des membres présents sur les blogues et les médias sociaux, encourage les utilisateurs à interagir avec les différents secteurs de formation du Collège et finalement, assure une vigie des commentaires sur le Collège (et ses secteurs de formation) et prend action au besoin
- Contribue à l'élaboration des stratégies de communications et de relations publiques
- Rédige, révise et diffuse des communiqués internes et externes, des allocutions et des présentations

Formation et exigences

- 3 à 5 ans d'expérience dans le domaine de la gestion et l'animation des médias sociaux ou en communication Web
- Autonome, créatif (ive), habile à évoluer dans un environnement en constante évolution et en relations interpersonnelles, aptitudes pour le service à la clientèle, capacité à convaincre
- Fort intérêt pour les médias sociaux, l'Internet et les technologies
- Excellente maîtrise du français, excellente capacité rédactionnelle
- Posséder de l'expérience dans la gestion de contenu et publication
- Bonne connaissance de l'anglais parlé et écrit
- Maîtrise des logiciels de la suite Microsoft Office
- Bonne connaissance du milieu de l'éducation et du réseau collégial un atout

CONSEILLER, CONSEILLERE EN CONTENU ET MEDIAS SOCIAUX

Employeur

Belairdirect

Belairdirect propose aux consommateurs des solutions complètes d'assurance auto et habitation depuis plus de 60 ans. En 1997, belairdirect devenait la première compagnie d'assurance en Amérique du Nord à offrir des soumissions d'assurance auto en ligne, directement aux clients. Notre société mise donc depuis toujours sur l'innovation.

Description du poste

Le titulaire du poste de conseiller(ère) en contenu et médias sociaux jouera un rôle crucial dans l'exécution de la stratégie de marketing numérique de belairdirect. La personne retenue se joindra à une équipe de marketing interactif primée, dynamique et axée sur les résultats. Elle aura pour mandat d'établir l'orientation stratégique de nos plateformes dans les médias sociaux, de notre calendrier de contenu et de la gestion de nos communautés d'utilisateurs. L'équipe de marketing interactif occupe une place de plus en plus importante dans notre stratégie intégrée de marketing et de communication. Responsabilités spécifiques :

- Élaborer et exécuter le plan de belairdirect sur le contenu numérique qui vise à cibler et à mobiliser diverses clientèles
- Gère la sélection et l'intégration des contenus pour les comptes de médias sociaux et des sites de belairdirect
- Contribue à l'amélioration du rendement des comptes de médias sociaux et du blogue de belairdirect (portée et mobilisation)
- Propose des idées créatives sur la façon d'optimiser l'utilisation des médias sociaux et d'atteindre ainsi les objectifs commerciaux et de communication de belairdirect

- Participe à la croissance et au maintien d'une communauté en ligne dynamique et active, en proposant et en instaurant des stratégies innovatrices et audacieuses
- Effectue un suivi des conversations en ligne et sur les médias sociaux au sujet de la marque, cherche des occasions pour former des partenariats pour la création de contenu et coordonne promptement les réponses aux demandes des clients
- Collabore avec l'équipe du marketing et des communications afin de promouvoir des initiatives internes et externes faisant appel à des plateformes numériques et aux médias sociaux
- Soutient les agences externes qui participent aux activités de belairdirect en matière de communications et de médias sociaux, et orchestre leur travail

Formation et exigences

- Diplôme universitaire en communications, en journalisme ou l'équivalent
- 3 à 5 ans d'expérience liée aux médias sociaux, accompagnée d'une expertise pertinente relative au marketing numérique. Idéalement, la personne aura travaillé 3 ans au sein d'une agence spécialisée dans le numérique
- Bonne compréhension générale des campagnes de bannières, SEO (optimisation pour les moteurs de recherche), du marketing par affiliation, des fils RSS, des technologies mobiles, des médias sociaux, des modèles d'attribution et de l'influence sur les activités de SEM
- Expérience avec les plateformes de suivi et de mesure, y compris Hootsuite, SiteCatalyst, Sysomos, Radian6, Facebook Insights, YouTube Insights et Google Analytics ; bonne connaissance de la suite MS Office
- Analyse des données et des mesures
- Bilingue, excellentes techniques de communication et de rédaction (incluant la grammaire, la ponctuation et la créativité)
- Solides aptitudes à la gestion du temps et à l'organisation

CONSEILLER, CONSEILLERE EN COMMUNICATION CORPORATIVE

Employeur

Keurig Canada Inc.

Keurig Canada Inc. (anciennement GMCR Canada) est une société de Keurig Dr Pepper, Inc. Un chef de file du domaine du café de spécialité et de l'infusion une tasse à la fois novatrice. Nous travaillons à fournir aux consommateurs une excellente expérience de boisson, à la maison, au travail et où qu'ils se trouvent entre les deux. En même temps, nous visons à assurer la qualité de vie des personnes qui participent au processus, de la source à la tasse.

Description du poste

Le/la titulaire du poste participe à l'élaboration et l'exécution des différentes composantes liées aux communications corporatives externes (relations publiques) et internes pour Keurig Canada. La personne devra participer à l'élaboration du plan stratégique de communications corporatives, s'assurer de son application et de son évolution et vérifier l'atteinte des objectifs.

Responsabilités :

- En collaboration avec l'équipe Communications corporatives, élaborer un plan annuel pour l'entreprise
- Exécuter et coordonner les diverses composantes du plan de communications corporatives (internes et externes)
- Rédiger et réviser les documents de communications corporatives
- En partenariat avec notre agence externe, coordonner et préparer les entrevues médias tant au niveau provincial que national
- Développer les synergies et travailler en concert avec les équipes de relations publiques liées aux marques, communications internes et ressources humaines locales et celles aux États-Unis
- Développer et rédiger différents outils de communication interne

- Planifier et gérer certains événements internes (tels que les assemblées trimestrielles, les petits déjeuners de la direction, etc.)
- Gestion de campagnes spéciales telles que des concours, sondages ou autres initiatives

Formation et exigences

- Baccalauréat en communication, relations publiques ou discipline connexe
- Minimum 7 ans d'expérience dans un poste similaire (relations publiques, communications corporatives, communications internes)
- Bilinguisme essentiel, à l'oral comme à l'écrit
- Maîtrise de Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint)
- Une expérience en gestion de crise ou dans une firme de relations publiques serait un atout
- Esprit d'analyse, de synthèse et de conceptualisation lui permettant d'avoir une vue d'ensemble concrète
- Leadership, capacité à faciliter le travail d'équipe autour d'un projet, avec divers intervenants internes et externes
- Très bon sens de l'organisation et bonne gestion des priorités
- Autonomie, entregent, proactive, orienté(e) vers les solutions
- Excellentes habilités rédactionnelles
- Aptitude à travailler dans un milieu en constante évolution, où les activités se déroulent à un rythme rapide

Le/la titulaire du poste saura s'intégrer dans un environnement axé sur la collaboration transversale et l'excellence.

CONSEILLER, CONSEILLERE EN COMMUNICATION

Employeur

École nationale d'administration publique

École nationale d'administration publique (ENAP) est un établissement universitaire, membre du réseau de l'Université du Québec fondée le 26 juin 1969. Responsable de l'image de marque de l'ENAP et du rayonnement de ses activités et réalisations, le Service des communications (SC) planifie, coordonne et évalue les activités de communication institutionnelles auprès des publics internes et externes. Les activités sont de l'ordre de l'information, de la promotion, des relations avec les médias, de la communication événementielle et des services-conseils aux directions de l'École.

Description du poste

Relevant de la directrice du Service des communications, cette personne exerce un rôle d'expert-conseil en regard des stratégies et des activités de communication. Elle est principalement responsable des volets information et organisation d'événements. Sommaire des responsabilités :

- Assure la coordination des événements institutionnels tels que : collation des grades, cérémonies officielles et autres
- En collaboration avec la personne responsable du Web, assure le rayonnement des activités et réalisations de l'ENAP et de ses unités, entre autres par l'édition et l'animation des plateformes Web de l'ENAP (sites Internet et intranet, bulletins d'information, réseaux sociaux, etc.)
- Conçoit, rédige, corrige, vérifie, prépare et assure le suivi de production de documents tels que : bulletins d'information, publications institutionnelles, communiqués de presse, affiches, dépliants, etc.
- Assure le développement de l'intranet de l'ENAP
- Propose, conçoit et réalise des plans de communication

- Évalue les activités de communication sous sa responsabilité et, si nécessaire, procède aux ajustements pour répondre aux besoins de la clientèle
- Collabore au développement de politiques et de normes visant la consolidation des services offerts par le Service des communications
- Contribue au développement et à l'amélioration des activités du Service des communications
- Maintient à jour ses connaissances relativement à son secteur d'activité, à son environnement et à sa clientèle
- Supervise la traduction et la révision des documents officiels
- Peut diriger du personnel de soutien, collaborer à son entraînement, répartir le travail, en vérifier l'exécution et, à la demande de la personne notatrice, donner son avis lors de la notation
- Accomplit temporairement les tâches d'un poste connexe ou inférieur, lorsque requis

Formation et exigences

- Baccalauréat en communication publique ou toute autre discipline appropriée
- Maîtrise de la suite Microsoft Office et des logiciels d'édition Web
- 3-5 années d'expérience, expérience dans l'organisation d'événements
- Maîtrise de la langue française
- Aptitude en rédaction traditionnelle et sur le Web
- Rigueur et souci du détail, habiletés relationnelles, capacité à travailler en équipe, sens de l'innovation, bonne planification et organisation et capacité à travailler dans un environnement complexe

CONSEILLER, CONSEILLERE EN COMMUNICATIONS INTERNES

Employeur

Ivanhoé Cambridge

Ivanhoé Cambridge est une société immobilière de classe mondiale. Présente dans plus de 20 pays, elle possède des actifs qui se chiffrent à plus de 35 G\$ CA. L'entreprise compte plus de 1 700 employés à son siège social de Montréal et dans ses bureaux à travers le monde. Ivanhoé Cambridge figure au palmarès des 100 meilleurs employeurs du Canada. Le service Affaires publiques et communications a la responsabilité d'assurer un leadership institutionnel dans le développement et la mise en œuvre des stratégies de communication, d'affaires publiques et de promotion auprès des publics internes et externes.

Description du poste

Le Conseiller(ère), Communications internes secondera la directrice dans l'élaboration et la mise en place de stratégies et d'actions visant à assurer une communication interne efficace relativement aux divers projets de l'entreprise ainsi que dans la conception, la production et la gestion d'outils de communications et de campagnes internes pour la Société. Les responsabilités :

- Contribuer à l'évaluation des besoins et à l'élaboration des orientations en communication interne
- Identifier des opportunités de communication interne, fournir un appui dans la planification, l'analyse et les recommandations reliées à ces opportunités
- Participer au développement et à la mise en œuvre des stratégies et des plans de communication internes de la Société
- Contribuer au développement des outils, normes et activités de communications et au maintien d'une approche intégrée des communications

- Produire des publications internes ; recommander des grilles de contenu, rechercher des thématiques, assurer une vigie constante des nouvelles de la Société destinées à la clientèle interne
- Participer à l'organisation de divers événements spéciaux internes
- Évaluer la qualité des produits et services rendus ainsi que leur contribution à l'atteinte des objectifs visés
- Recommander et développer des indicateurs de performance pour évaluer et suivre l'évolution des communications internes
- Coordonner le soutien technique et la production du matériel visuel des tribunes de la haute direction, encadrer, diriger et évaluer l'intervention des fournisseurs et réviser la documentation lorsque cette tâche est impartie

Formation et exigences

- Diplôme universitaire en communication, journalisme, relations publiques, rédaction ou autre domaine connexe
- Minimum de 5 à 8 années d'expérience comme généraliste en communications ou relations publiques au sein d'une entreprise/agence
- Expérience en communication interne et une connaissance des enjeux liés à la gestion des ressources humaines en entreprise sont souhaitables
- Talent de rédacteur(trice) et excellente maîtrise du français et de l'anglais (oral et écrit) et capacité supérieure de rédaction en anglais
- Habileté à travailler en concertation avec de multiples intervenants
- Avoir des réalisations remarquées dans le domaine des communications et en gestion de projets
- Sens poussé de l'organisation, de l'analyse, de la planification, de la gestion des priorités, aptitudes pour le travail d'équipe, les relations interpersonnelles et le conseil
- Connaissance approfondie des logiciels de MS Office

CONSEILLER, CONSEILLERE EN COMMUNICATION ET RELATIONS PUBLIQUES

Employeur

Gestion Universitas Inc.

La Fondation Universitas du Canada est responsable de la promotion des plans de bourses d'études. Gestion Universitas Inc. est la filiale à part entière et le distributeur des plans promus par la Fondation Universitas du Canada.

Description du poste

Communications externes/relations publiques :

- Élaborer, maintenir et mettre en œuvre un plan directeur de communication et relations publiques, et voir à son application
- Rechercher activement les occasions de visibilité pour l'organisation auprès des médias et sur le Web, conjointement avec notre agence de relations publiques ; rédiger et/ou réviser les communiqués de presse
- Effectuer des recommandations sur les interventions à privilégier et voir à leur mise en œuvre
- Conseiller le vice-président Marketing et communication et/ou la vice-présidente Affaires corporative et RH sur les actions à prendre afin de promouvoir les intérêts de l'organisation et de son secteur d'activités auprès des médias et sur le Web ; voir à leur mise en œuvre
- Gérer des interventions en relation avec la veille dans les médias, sur Internet et sur les médias sociaux
- Collaborer à l'élaboration du plan de continuité des affaires de l'organisation, principalement à la portion gestion de crise de ce plan
- Concevoir et rédiger le rapport annuel de la direction en collaboration avec la haute direction, la vice-présidente Finances et administration et la vice-présidente Affaires corporatives et RH

- Collaborer avec la direction et la vice-présidente Affaires corporatives et RH en ce qui a trait à la rédaction de différents textes et documents
- Rédiger ou réviser des lettres types à l'intention de la clientèle
- En collaboration avec la conseillère marketing Internet et les autres membres de l'équipe marketing, rédiger et réviser différents contenus à l'intention du site Internet et du blogue
- Déployer la campagne promotionnelle ainsi que les activités de communication externe liées aux activités du 50e anniversaire de l'entreprise et en mesurer les résultats
- Collaborer activement avec le conseiller marketing Internet et avec la vice-présidence Affaires corporatives et RH lorsque requis

Communications internes :

- Élaborer, maintenir et mettre en œuvre un plan de communication interne pour assurer une collaboration efficace entre les différents services
- Consulter la direction et les intervenants concernés pour identifier les besoins et collaborer avec différents intervenants à l'interne pour la mise en œuvre du volet communication de leurs projets
- Être responsable de superviser les communications internes via l'Intranet : consulter la direction et identifier les besoins organisationnels, orienter le choix des documents et de l'information à diffuser ; en assurer la qualité et la pertinence
- Réviser ou rédiger des communiqués à l'intention du siège social et de la force de vente
- Assurer une communication efficace des activités entourant le 50e anniversaire auprès des employés du siège social et de la force de vente

Autres :

- Mesurer les retombées des actions de communication interne et externe
- Superviser le comité du lexique universel de l'entreprise

- Gérer l'image de marque au niveau des projets de communications/rerelations publiques
- Procéder à l'organisation et à la gestion d'événements promotionnels
- Collaborer à l'idéation et à la mise en œuvre de campagnes publicitaires
- Superviser une ressource en traduction et adaptation de texte dans la langue anglaise ; assurer la qualité de son travail
- Collaborer avec différents intervenants à l'interne pour le développement et la mise en œuvre du volet communication de leurs projets

Formation et exigences

- Diplôme d'études universitaires (BAC) en communications, relations publiques ou autres domaines pertinents
- 7 à 10 ans d'expérience dans le domaine des communications et des relations publiques, expérience reconnue dans l'élaboration et la mise en œuvre de plans stratégiques en communication et relations publiques, expérience en gestion du personnel, en marketing et médias sociaux
- Connaissance du domaine des services financiers, un atout
- Microsoft Office, environnements Internet et Intranet
- Excellente maîtrise du français, bonne maîtrise de l'anglais (parlé et écrit)
- Excellentes habiletés en rédaction, capacité à vulgariser l'information et à collaborer avec différents intervenants
- Minutie et rigueur, organisation et planification, axé sur les résultats, capacité à faire preuve de discrétion, faire preuve de jugement, à travailler sous pression et à gérer des priorités, capacité d'analyse, esprit de synthèse, faire preuve de dynamisme, autonomie, flexibilité

CONSEILLER, CONSEILLERE PRINCIPAL EN COMMUNICATIONS

Employeur

Trans Canada Trail

Le Sentier transcanadien/The Trans Canada Trail est l'un des sentiers récréatifs les plus longs et plus grandioses au monde. À l'heure actuelle, 72 % du Sentier est raccordé, et le Sentier Transcanadien a fait preuve de panache en se donnant la mission de raccorder l'intégralité du Sentier, et des Canadiens, d'ici 2017, l'année qui marquera le 150e anniversaire de la Confédération. Le Sentier Transcanadien (le STC) facilite la planification et la construction du Sentier en collaborant étroitement avec les partenaires provinciaux et territoriaux ainsi qu'avec les groupes de sentier ; il recueille des fonds pour des projets de sentier locaux et nationaux et assure la promotion du Sentier, notamment par l'entremise d'efforts de marketing.

Description du poste

Le Sentier recherche un(e) conseiller(ère) principal(e) en communications qui contribuera à la promotion du Sentier et de notre objectif :

- Élaborer un plan stratégique des communications et un plan de reconnaissance des donateurs en soutien aux objectifs de collecte de fonds
- Gérer et produire du contenu pour les instruments de collecte de fonds actuels et futurs
- Offrir un soutien aux autres activités de promotion du Sentier, au besoin
- Faire l'édition et la correction d'épreuves sur les documents promotionnels du Sentier
- Organiser des événements et en faire la promotion, notamment en créant tous les documents nécessaires sur le plan des relations publiques
- Responsable de la publicité et des relations avec les médias
- Assurer la liaison avec les donateurs et les parties intéressées associés au Sentier

- Élaborer des activités et des documents de reconnaissance des contributions des donateurs

Vous allez élaborer et mettre en application un plan stratégique de marketing et de communications dont l'objectif est la promotion des réussites sur le plan de la collecte de fonds, des développements pertinents pour le Sentier, en plus de reconnaître les contributions des donateurs. Vous fournirez, au besoin, un soutien à d'autres activités de communications qui font la promotion du Sentier ou d'un de ses partenariats ou programmes.

Formation et exigences

- Baccalauréat en relations publiques, communications ou journalisme
- 5 à 10 années d'expérience en tant que professionnel des communications dans le secteur des organismes sans but lucratif, le secteur gouvernemental ou un domaine connexe
- Familiarité avec les médias traditionnels et les nouveaux médias, y compris les pratiques exemplaires
- Expérience dans le domaine des loisirs, de la santé ou de la culture (atout)
- Votre attitude professionnelle est caractérisée par le tact et la diplomatie. Bien que vous soyez novateur et fassiez preuve d'initiative, vous êtes ouvert aux nouvelles idées et abordez vos projets à l'aide d'une approche axée sur la collaboration et la consultation.
- Une expérience au sein de programmes de marketing et de publicité constituera un important atout, tout comme la capacité de créer des concepts créatifs et des occasions de faire parler de nous qui seront toujours pertinents.
- Maîtrise de l'anglais et très bonne connaissance pratique du français

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE AUX COMMUNICATIONS

Employeur

Le Cyclo-défi Enbridge contre le cancer, Le Weekend Pharmaprix pour vaincre les cancers féminins

Le Cyclo-défi contre le cancer est la plus grande série d'évènements de collecte de fonds de l'histoire canadienne, le weekend pour vaincre les cancers féminins est la plus grande marche de plusieurs jours en Amérique du Nord pour les cancers des femmes et la Soirée déculottée a généré des millions de dollars pour les cancers qui surviennent en dessous de la ceinture. Chaque méga-événement de collecte de fonds soulève des millions pour la recherche sur le cancer, le traitement et les soins à l'Hôpital général juif et à l'Alberta Cancer Fondation.

Description du poste

Le/la coordonnateur(trice) des communications est responsable d'assurer l'exécution des initiatives de relations avec les médias pour les quatre évènements. L'objectif de ce poste est de gérer et d'obtenir une couverture médiatique cohérente, de haute qualité en ligne, à la télévision et à la radio pour aider à augmenter les résultats nets de chaque campagne. Vous soutiendrez la direction avec le développement de tous les documents de communications sur le marché, vous prendrez en charge les clients sur le terrain et la gestion des commanditaires tout au long de l'année. Les tâches comprennent :

- Implication directe afin d'assurer l'exécution des campagnes de relations avec les médias
- Rédiger et utiliser des documents de communication pour chaque campagne comme des avis aux médias, des fiches d'alertes médias, des communiqués de presse, des Questions et Réponses
- Gestion active des clients et des commanditaires
- Coordonner les détails des entrevues, messages clés jusqu'à la logistique

- Présenter les résultats hebdomadaires lors des réunions de l'équipe de gestion des communications avec le directeur des communications
- Découvrir des histoires de participants touchantes en travaillant en étroite collaboration avec nos équipes de recrutement pour chaque événement
- Discuter avec les participants et obtenir leur engagement à partager leur histoire avec les médias
- Développer et maintenir des listes de médias en cours toute l'année et produire le rapport de fin d'année
- Établir des relations avec les participants sur chacune des plateformes de médias sociaux reliées aux différents événements et d'autres forums en ligne pour aider à soutenir nos efforts de communication en ligne en tendant la main et en répondant à des questions si nécessaire
- Engager et gérer efficacement les stagiaires

Formation et exigences

- Diplôme universitaire soit en marketing, communication ou relations publiques et 4 ans d'expérience en agence ou en entreprise
- Bilingue, excellentes compétences en communication
- Expérience à l'écriture, au pitch et à l'obtention de fortes couvertures médiatiques non rémunérées
- Connaissance des bases du marketing, y compris le marketing direct, digital & les médias sociaux, connaissance du paysage médiatique australien
- Comprendre les stratégies de communications telles que les points de discussion, le ton et la voix de la marque
- Capacité à travailler jusqu'à ce que le travail soit fait (au-delà du 9 à 5), et la flexibilité d'être toujours disponible (sauf vacances préétablies)
- Aptitudes personnelles et d'écoute exceptionnelle
- Bonne compréhension de la gestion de projet
- Très organisé et avoir la capacité de simplifier les choses, être multitâche

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE AUX COMMUNICATIONS

Employeur

Ville de Pointe-Claire

Le service des Communications (Accueil et information) a pour mission d'assurer un soutien opérationnel à la direction générale et aux directions corporatives en matière de communication et de relations publiques au niveau interne et externe. Ce service peut compter sur une main d'œuvre qualifiée et professionnelle *dédiée* à la qualité de vie des citoyens de la Ville de Pointe-Claire.

Description du poste

Relevant du directeur général, le/la titulaire du poste de coordonnateur des Communications assure la coordination des activités de son unité. Le/la titulaire coordonne l'ensemble des activités de communication et de relations publiques de la Ville.

La personne assure la coordination des principales activités suivantes :

- Développer et réaliser des plans de communication reflétant les priorités visées, les effets recherchés, les ressources disponibles et élaborer un calendrier d'activités
- Gérer les ressources humaines, financières, matérielles et informationnelles de son unité administrative
- Concevoir, rédiger et superviser la production des communications écrites et électroniques
- Assurer un rôle-conseil en matière de communications
- Analyser et soumettre des recommandations concernant tout dossier relatif aux communications
- Développer et mettre de l'avant une offre de service adaptée aux besoins
- Développer et valider l'utilisation des normes graphiques de la Ville par les différents services et autres intervenants

- Encadrer le développement et la mise à jour du site Web et autres outils électroniques de communication
- Assurer la vigie des nouvelles tendances et outils interactifs
- Coordonner avec les ressources désignées les relations publiques et médiatiques
- Favoriser l'élaboration et l'implantation de procédés et de nouvelles méthodes de travail au sein de l'équipe
- Collaborer à l'organisation de séances publiques d'information
- Coordonner la transmission d'avis d'événements auprès des partenaires externes
- Effectuer toute autre tâche connexe

Formation et exigences

Le/la titulaire doit détenir un diplôme universitaire de 1er cycle — spécialisé en communication ou toute autre discipline connexe.

Une expérience de 3 à 5 années est exigée pour l'obtention de ce poste.

La fonction requiert une maîtrise accomplie du français et de l'anglais tant au niveau oral qu'écrit permettant de rédiger et de présenter des textes enrichis et complexes.

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE AUX COMMUNICATIONS

Employeur

Fillactive

Fillactive est une fondation qui a pour mission de faire découvrir aux adolescentes les avantages et le plaisir qui découlent de la pratique d'activité physique dans un environnement positif, valorisant et ouvert à toutes. Cet apprentissage leur permettra de développer de saines habitudes de vie fondées sur la réalisation de soi.

Description du poste

Maintien de l'image organisationnelle (branding) :

- S'assurer que la documentation produite respecte les normes de présentation de l'organisme
- Rédiger et maintenir à jour les divers outils de présentation « corporative » de l'organisme
- Réviser et coordonner la production du matériel promotionnel pour le programme scolaire et les événements
- Coordonner la création de matériel permettant la visibilité des commanditaires sous la supervision de la directrice des communications
- Effectuer différents montages visuels de base avec les outils de la suite Adobe (Photoshop, Illustrator, InDesign, Powerpoint)

Mise à jour des différentes plateformes Web :

- Sous la supervision de la directrice des communications, élaborer le calendrier des publications Web et médias sociaux
- Rédiger les textes pour le Site Web et les médias sociaux
- Intégrer le contenu (texte, photo, vidéo) sur le site Web et les médias sociaux, et ce, dans les deux langues
- Participer à l'élaboration et la mise en place de l'intranet Fillactive

- Être la personne en lien avec le programmeur Web

Événements et activités :

- Participer à des séances de « brainstorm », trouver des concepts et idées pour agrémenter les événements et activités
- En collaboration avec l'équipe des opérations, prendre part à la planification des communications entourant les événements et activités
- Coordonner les activités de relations publiques avec la directrice des communications
- Lors de l'événement ou de l'activité, coordonner l'organisation en collaboration avec l'équipe
- Sur le site de l'événement ou de l'activité, s'assurer du respect des plans de commandites et des partenariats établis en termes de visibilité

Formation et exigences

- Autonomie et flexibilité
- Esprit jeune et vif, à l'affut des tendances
- Bon sens de l'humour
- Excellente aptitude à travailler en équipe
- Très bonne connaissance des médias sociaux, du Web et de l'environnement Macintosh
- Maîtriser l'utilisation des logiciels de la suite Adobe et de la Suite Office
- Bonne connaissance du public cible (adolescentes 12-17 ans)
- Baccalauréat dans une discipline appropriée
- 2 ans d'expérience en communications et/ou relations publiques
- Bilinguisme obligatoire : maîtrise du français et de l'anglais, l'oral et l'écrit
- Posséder une voiture est une nécessité

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE AUX COMMUNICATIONS

Employeur

Dessercom

Dessercom, services ambulanciers et paramédicaux, est la plus grande entreprise privée au Québec dans le domaine. Avec l'appui et la collaboration quotidienne de ses 550 professionnels, Dessercom s'est donné le mandat de soutenir et de promouvoir les services pré hospitaliers d'urgence au Québec par une réponse efficiente et de qualité, dans le cadre d'une gestion rigoureuse et intègre.

Description du poste

Principales responsabilités :

- Coordonner les communications internes et externes de l'entreprise sur l'ensemble des plateformes de l'entreprise
- Assurer la gestion et la coordination du contenu du site Web de l'entreprise et veiller à sa mise à jour
- Effectuer la gestion du réseau d'affichage numérique interne
- Gestion et mise à jour de l'extranet et des différents comptes de réseaux sociaux de l'entreprise :
 - Présence sur les réseaux sociaux et enrichissement du contenu
 - Assurer une vigie sur les médias sociaux concernant la visibilité et l'image de l'entreprise
 - Effectuer la gestion des communications dans les communautés en ligne, tout en développant une relation de confiance avec les « abonnés » et en respectant la politique sur les médias sociaux
 - Mettre en place un support et de la formation sur l'utilisation des réseaux sociaux à l'attention des membres de l'équipe
 - Être et demeurer à l'affût des nouvelles tendances relatives aux médias sociaux et de ses outils de gestion

- En collaboration avec la direction, développer, rédiger et diffuser du contenu sur les médias sociaux généralistes et spécialisés
- Communiquer et gérer efficacement la personnalité de Desssercom dans les médias sociaux, en appui au positionnement de Desssercom
- Coordonner des projets, études et analyses sur les médias sociaux
- Maintenir une rigueur éditoriale (processus d’approbation et de validation des droits, autorisation de partage, etc.)
- Préparer et coordonner la mise en ligne du contenu et le calendrier des contenus des différentes plateformes ; s’assurer de l’uniformité du contenu
- Analyser les résultats de l’utilisation des différentes plateformes Web et faire les recommandations appropriées
- Participer à la gestion et à l’élaboration de campagnes promotionnelles
- Participer à la gestion et à l’élaboration d’inaugurations ou d’événements
- Contribuer à l’élaboration des stratégies de communications et relations publiques
- Rédiger, réviser et diffuser des communiqués internes et externes, allocutions et présentations
- Maintenir à jour un registre des informations transmises aux médias
- Planifier et coordonner les parutions des éditions du journal d’entreprise
- Gestion de la banque d’images et infographie de l’entreprise
- Participer aux travaux des différents comités et rédiger les comptes rendus
- Préparer l’organisation et le contenu de notre kiosque lors des différents congrès, expositions ou présentations
- Être le contact avec les médias régionaux dans les points de service
- Veille stratégique de l’entreprise
- Gestion des Programme de bourses à l’interne et de reconnaissance du personnel ainsi que du programme d’engagement dans la communauté
- Agir en tant que conseiller en matière de communications écrites

Formation et exigences

- Diplôme universitaire en communications ainsi que 3 à 5 ans d'expérience dans le domaine des médias sociaux ou en communications Web
- Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube et Vimeo
- Autonome, créatif (ive) et habile à évoluer dans un environnement en constante évolution, esprit d'équipe
- Fort intérêt pour les médias sociaux, l'Internet et les technologies émergentes
- Excellente capacité rédactionnelle
- Posséder de l'expérience dans la gestion de contenu et publication

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE DE PRODUCTION

Employeur

Océan Télévision

Océan Télévision est spécialisée dans la production d'émissions, de séries, de documentaires et de magazines reliés au voyage, au tourisme, au plein air, au sport, à l'art de vivre, à la santé et à la beauté. Découvrez *Partir autrement* (6^e saison), *Suivez le guide*, *Le Monde en VR*, *Québec grandeur nature* et *Virée en VR*, pour ne nommer que quelques-unes de nos productions.

Description du poste

Nous sommes à la recherche d'une personne motivée et expérimentée pour pourvoir le poste de coordonnateur(trice) de production.

Sous l'autorité immédiate du directeur de production, le titulaire du poste coordonne l'ensemble des activités de production et de postproduction des différents projets en cours, comprenant la planification des voyages, les demandes de permis, de visas, les négociations avec les différents offices de tourisme, etc. Cette personne sera également amenée à négocier des ententes de commandites avec les différents collaborateurs impliqués dans les projets. De plus, elle est responsable de suivre rigoureusement les différentes étapes du calendrier de production et de postproduction, de le mettre à jour, et de s'assurer du respect des coûts préétablis.

Description de tâches :

- Coordonner les activités de production et de postproduction de l'entreprise
- Mise à jour du calendrier de production pour chacun des projets et effectuer un suivi rigoureux des différentes étapes de celui-ci
- Planifier et organiser tous les tournages (réservation des billets d'avion, négociation avec les différents offices de tourisme, etc.)
- Coordonner toutes les tâches de postproduction

- Planifier, distribuer et coordonner le travail à faire aux pigistes
- Effectuer un suivi rigoureux des budgets et s'assurer du respect de ceux-ci
- Maintenir une saine gestion des équipements de production et de postproduction et s'assurer de tenir l'inventaire à jour

Formation et exigences

Nous recherchons une personne autonome et très débrouillarde ayant un minimum de 2 à 3 années d'expérience en coordination de production télévisuelle. De plus, nous visons une personne particulièrement structurée, capable de gérer plusieurs projets simultanément.

Qualifications :

- Posséder au minimum 2 à 3 années d'expérience comme coordonnateur de production ou de postproduction
- Études reliées au champ d'activité
- Sens de l'organisation
- Capacité à travailler en équipe et sous pression
- Grande aptitude communicationnelle
- Rigueur, autonomie et débrouillardise
- Bilinguisme essentiel

COORDONNATEUR PRINCIPAL, COORDONNATRICE PRINCIPALE

Employeur

Pratt & Whitney Canada

En tant que leader mondial de l'aérospatiale, nous définissons l'avenir de l'industrie grâce à nos moteurs de nouvelle génération et de haute fiabilité destinés aux avions d'affaires, aux avions de transport régional et aux hélicoptères. Plus de 10 000 exploitants d'aéronefs partout au monde comptent sur la haute fiabilité de nos moteurs pour propulser leurs avions et leurs hélicoptères, et ce, dans plus de 200 pays.

Description du poste

À titre de membre du service des Communications, vous jouerez un rôle de premier plan au niveau de la coordination des outils de communication internes et épaulerez les membres de l'équipe dans la réalisation des projets clés de l'organisation. Principales responsabilités :

- Élaborer et diffuser une grande variété d'outils de communication à l'intention des employés (production et publication d'articles intranet, etc.)
- Gérer le contenu de la page d'accueil intranet de manière proactive et stratégique afin de communiquer les réalisations des employés et de l'entreprise en lien avec ses objectifs d'affaires, sa culture et ses valeurs. Par exemple : développement d'un calendrier éditorial en fonction des jalons de l'entreprise et des principaux événements corporatifs
- Assurer l'envoi des courriels aux employés et la publication de nouvelles sur le réseau de télévisions interne
- Dans tous les projets, assurer la meilleure qualité possible de la langue (anglais et français) et du contenu, ainsi que le respect des réalités des divers publics cibles
- Coordonner la logistique d'événements d'envergure majeure (forums de la haute direction, webdiffusions internationales, visites VIP, etc.)

- Soutenir les conseillers de l'équipe en collaborant à l'élaboration de plans de communication et à la publication de contenus en matière de communications électroniques (médias sociaux)
- Gérer une base de fournisseurs, de collaborateurs et de pigistes ; s'assurer de la qualité de leur travail, fournir de la rétroaction régulièrement
- Mettre en place des indicateurs de performance clés afin de mesurer la performance des outils de communication ; analyser les résultats et proposer des solutions novatrices afin d'atteindre les objectifs établis

Formation et exigences

- Baccalauréat en communications, en relations publiques, en marketing ou autre domaine connexe (toute expérience pertinente sera considérée)
- Trois à cinq ans d'expérience pertinente en entreprise
- Souci du détail, autonomie, proactivité, grand sens de l'initiative, esprit d'équipe, adaptabilité, orientation client, bonne organisation du travail, esprit stratégique et d'innovation, compréhension des réalités d'affaires, capacité d'anticipation et aptitude à travailler sous pression
- Très bonnes compétences de rédaction et de révision de textes, surtout en anglais (bilingue), une troisième langue est un atout
- Connaissance et intérêt pour les communications électroniques, plateformes multimédias, applications et nouvelles tendances
- Bonne connaissance des outils informatiques (suite Office de Microsoft) et d'autres outils électroniques
- Expérience en gestion de communautés dans les médias sociaux, connaissance des logiciels de la suite Adobe Creative des outils Net Presenter et SharePoint et connaissance de la production vidéo, des atouts

JOURNALISTE

Employeur

CBC/Radio-Canada

À titre de chef de file de l'expression de la culture canadienne et de l'enrichissement de la vie démocratique du pays, nous devons afficher par tous les moyens la même diversité que le pays que nous servons, tant au sein de notre effectif qu'à l'antenne.

Description du poste

À titre de journaliste, vous aurez, entre autres, à faire des recherches, rédiger des textes, traiter des images et du son, produire des contenus d'information rigoureux, vérifiés, dynamiques et captivants qui seront susceptibles d'être diffusés sur divers supports (radio, télévision, Internet, mobiles). De plus, vous devrez vous conformer aux Normes et pratiques journalistiques de la Société Radio-Canada.

Formation et exigences

- Baccalauréat ou l'équivalent
- Excellente connaissance de l'actualité provenant de différentes sources
- Vaste culture générale
- Bon esprit d'analyse et de synthèse, curiosité, créativité et sens de l'initiative
- Excellente maîtrise du français, très bonne connaissance de l'anglais
- Maîtrise des techniques de rédaction, d'entrevue, de production radiophonique et télévisuelle
- Bonne connaissance de l'informatique et des médias sociaux
- Intérêt et aptitude à apprendre l'utilisation de nouveaux outils
- Capacité à travailler sous pression selon un échéancier serré

RECHERCHISTE

Employeur

TVA Productions

Groupe TVA Inc., filiale de Québecor Média Inc., est une entreprise de communication qui œuvre dans l'industrie de la télédiffusion, de la production cinématographique et audiovisuelle et des magazines. En télévision, l'entreprise est active en création, en production et en diffusion d'émissions de divertissement, d'information et d'affaires publiques, en distribution de produits audiovisuels et en production commerciale. Elle exploite le plus important réseau privé de télévision de langue française en Amérique du Nord, en plus d'exploiter huit services spécialisés.

Description du poste

Sous la responsabilité du producteur et du superviseur au contenu, actualité quotidienne, au sein de TVA Productions, le/la titulaire de ce poste effectue de la recherche de contenu et de matériel visuel pour l'émission Salut, bonjour !

Principales responsabilités :

- Récupère le matériel visuel nécessaire au montage
- Établit la liste des besoins visuels pour les chroniques et les entrevues
- S'assure de prendre connaissance de l'actualité quotidienne dans les différents journaux, dans le but d'alimenter l'animateur
- Consulte plusieurs sites Internet internationaux afin de générer des idées de contenu pour les tours de table et discussions de groupe
- Informe l'équipe de tous les éléments visuels à la disposition pour les entrevues et les chroniques
- Rédige les supers pour les visuels et les invités
- Rédige des textes qui serviront à l'animateur dans le cadre des discussions de groupe et des tours de tables

- Assure des suivis constants pendant l'émission auprès du réalisateur de plateau et du superviseur au contenu pour établir l'ordre de passage des différents éléments visuels des chroniques et entrevues
- Au besoin, trouve les invités pour alimenter les bulletins de nouvelles, établit un plan d'entrevue
- Répond au courriel des téléspectateurs
- Exécute toute autre tâche de même nature ou d'ordre général reliée à l'emploi, demandée par son supérieur ou nécessitée par ses fonctions

Formation et exigences

- Technique en Art et technologie des médias et/ou formation de niveau universitaire de premier cycle en communication ou toute autre discipline jugée pertinente ou expérience équivalente
- Minimum de deux ans d'expérience reliée à la production télévisuelle
- Maîtrise des techniques de production télévisuelle
- Connaissance des nouvelles tendances sociales et des besoins des télédiffuseurs
- Très bonne connaissance des événements qui ont fait ou qui font l'actualité sur la scène québécoise et internationale
- Bilinguisme tant à l'oral qu'à l'écrit
- Maîtrise des systèmes INews et Interplay Assist
- Créativité et débrouillardise
- Tolérance au stress
- Travailler dans des délais serrés
- Avoir le sens de l'urgence
- Capacité d'entretenir de bonnes relations interpersonnelles
- Bon jugement et approche orientée vers la résolution de problèmes
- Esprit d'équipe, capacité de synthétiser l'information, polyvalence
- Vaste culture générale

REDACTEUR, REDACTRICE EN CHEF

Employeur

Association des musées canadiens

L'Association des musées canadiens (AMC) est l'organisation nationale vouée à l'avancement du secteur muséal du Canada. L'AMC représente les professionnels des musées canadiens au pays et à l'étranger.

Description du poste

L'AMC est à la recherche d'une personne bilingue et motivée pour occuper le poste de rédacteur(trice) en chef du magazine Muse. Cette personne comptera parmi les principaux communicateurs de l'Association. Elle planifie, rédige, corrige, produit et publie la principale publication de l'AMC, Muse, un magazine imprimé qui paraît tous les deux mois et qui s'adresse à la communauté muséale du Canada. Cette personne travaillera étroitement avec le comité éditorial de Muse et l'équipe des communications de l'AMC.

Principales responsabilités :

- Effectuer des recherches, de la rédaction et de la révision de contenu pour le magazine Muse
- Confier la rédaction d'articles à des collaborateurs externes et assurer le suivi
- Collaborer avec l'adjoint à la production pour décider des articles et des photos à inclure dans chaque numéro
- Superviser et gérer toutes les étapes de la production, y compris la vérification des faits, la recherche photographique, le design et l'impression
- Assurer la liaison avec les auteurs, les photographes, les traducteurs, les imprimeurs, les membres, etc.
- Se concerter avec le comité éditorial de Muse et les cadres de l'AMC
- Effectuer la révision et la correction d'épreuves (en anglais et en français)

- En collaboration avec la gestionnaire des communications, rédiger et/ou réviser des nouvelles, des communiqués de presse et d'autres documents de communications de l'AMC, au besoin
- Participer aux processus de planification des communications de l'Association et apporter un soutien éditorial à l'AMC
- Effectuer de petites traductions et s'assurer de la qualité des traductions françaises
- Collaborer avec les consultants et les cadres supérieurs de l'AMC pour assurer l'efficacité de la stratégie de marketing en ce qui a trait à la publicité dans Muse

Formation et exigences

- BAC en communications, journalisme, traduction ou domaine connexe
- Aisance dans les deux langues officielles avec compétences exceptionnelles en révision de textes en français et en anglais
- Excellent sens de l'organisation, exactitude, souci du détail, et capacité à bien gérer son temps
- Solides capacités à travailler en mode multitâche
- Bonnes aptitudes à la communication et au leadership
- Très bonnes compétences en informatique (MS Office)
- Personne capable à travailler en équipe et de prendre des initiatives, déterminée, orientée vers des objectifs et innovatrice
- La connaissance du milieu muséal canadien est un atout

REDACTEUR, REDACTRICE MARKETING

Employeur

Creaform Inc.

Entreprise de classe mondiale, spécialisée dans les solutions numériques 3D, Creaform intègre tous les processus et les technologies 3D dans des solutions innovantes capables de répondre à tous les besoins en 3D : numérisation 3D, rétro-ingénierie, inspection, design, conception, analyse, fabrication numérique ou applications médicales. Elle exerce ces activités pour diverses industries, notamment celles de l'automobile, de l'aérospatiale, de la fabrication, du multimédia et des soins médicaux.

Description du poste

Dans le cadre de ses fonctions, la personne devra faire preuve de créativité et de propositions ingénieuses pour les projets de rédactions. Plus particulièrement, la personne devra assurer la rédaction, la révision et la traduction de divers documents, tant en français qu'en anglais. Responsabilités :

- Rédiger toute la documentation marketing dans les styles appropriés : feuillets, brochures, présentations électroniques, publicités, annonces, promotions, mémos internes, contenu Web, etc.
- Rédiger et assurer la distribution interne et externe (fil de presse, firme de relations publiques, liste de journaliste, site Web, extranet, employés, etc.) de tous les communiqués de presse, en anglais et en français
- Rédiger et assurer la publication de tous les articles éditoriaux de type « Success Story » et « Case Study » en anglais et en français
- Travailler en équipe avec les ingénieurs d'applications, les chefs de produits et les clients afin d'obtenir le plus d'informations susceptibles d'intéresser la clientèle cible
- Assurer la parution des articles selon les échéanciers fixés
- Coordonner la traduction en d'autres langues au besoin

- Établir le contenu du bulletin avec les équipes multidisciplinaires
- Coordonner la mise en page, le choix des images, etc. avec l'intégrateur Web et assurer la parution selon les échéanciers fixés
- Participer à la rédaction et effectuer la révision de la documentation technique : manuel d'instruction et d'utilisation, fiches de méthodes, etc.
- Venir en aide à l'ensemble de l'organisation en ce qui a trait à la rédaction, la révision et la traduction
- Agir à titre de personne-ressource dans l'entreprise pour toutes les questions linguistiques
- Coordonner les projets de traduction et assurer la qualité de traduction pour les langues autres que l'anglais et le français
- Assurer le maintien, la conformité et la continuité dans le message de l'entreprise
- Développer et maintenir un lexique d'expressions officielles
- S'occuper du suivi et du respect des budgets reliés à la traduction

Formation et exigences

- Baccalauréat en traduction, communications, journalisme et/ou expérience pertinente
- Être parfaitement bilingue (oral et écrit), avoir d'excellentes aptitudes pour la rédaction et la traduction, tant en anglais qu'en français
- Posséder une expérience de travail minimale de cinq (5) ans
- Avoir un intérêt pour les technologies émergentes et la haute technologie
- Être autonome, avoir de l'imagination, être créatif et curieux
- Avoir du leadership et être orienté sur l'atteinte de résultats
- La connaissance des logiciels de graphisme (ex. : In Design) et du code HTML sont des atouts

REDACTEUR, REDACTRICE WEB

Employeur

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

À la fois bibliothèque nationale, archives nationales et bibliothèque publique de grande métropole, Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BAnQ) rassemble, conserve et diffuse le patrimoine documentaire québécois ou relatif au Québec.

Description du poste

Le/la titulaire du poste de rédacteur en chef Web/rédactrice assurera la pertinence et le dynamisme de la page d'accueil du portail Web de BAnQ et participera activement à l'amélioration continue de certaines sections du portail. Il/elle collaborera avec les équipes de chaque centre de BAnQ afin de trouver les meilleures façons de promouvoir sur le portail Web les services et les ressources qu'elles offrent à leurs publics respectifs. Plus précisément, ses responsabilités sont :

- Tenir un calendrier de planification de tous les contenus devant être publiés sur la page d'accueil du portail Web de BAnQ, les rédiger, les faire approuver s'il y a lieu et assurer leur publication
- Déterminer les choix de visuels de la page d'accueil
- Proposer activement des contenus, faire la recherche nécessaire à chacun des sujets et assurer la validité de l'information
- Contribuer à la politique éditoriale du portail Web, mettre à jour le guide de rédaction pour le Web destiné aux employés et en faire la promotion auprès de ceux-ci (en portant attention qu'ils reflètent l'institution)
- Rédiger certains contenus destinés à des produits ou à des activités de communication (communiqués, notes d'allocutions, etc.)
- Participer à l'évolution de la BAnQ vers la communication multiplateforme en tenant compte des demandes et des besoins des usagers

- Exercer une vigie des activités sur le Web et les médias sociaux
- À l'occasion et sur demande, participer à l'organisation et veiller au bon déroulement d'activités institutionnelles, siéger à certains comités internes

Formation et exigences

- Baccalauréat en communication, en journalisme ou en rédaction.
- Un minimum de 6 années d'expérience pertinente pour ce poste, dont au moins 2 en rédaction pour le Web
- Habileté à comprendre les divers mandats de l'institution complexe qu'est BAnQ ainsi que les rôles de ses diverses équipes, et à les respecter constamment dans son travail
- Maîtrise de la suite MS Office (Word, PowerPoint, Excel) ainsi que des notions en HTML, en CMS, InDesign, Photoshop et Acrobat Pro
- Bonnes pratiques d'écriture et compréhension des usages publics sur le Web ; connaissance des principes, du fonctionnement de l'univers numérique (Extranet, Intranet, etc.) et du fonctionnement des moteurs de recherche ; connaissance des spécificités de la lecture sur un écran
- Créativité rédactionnelle, capacité à adapter son écriture à des styles et à des contraintes spécifiques, expression écrite claire et synthétique, style attractif, habileté à insérer des hyperliens et des mots-clés appropriés
- Grandes capacités d'analyse et de synthèse, habileté à intégrer des informations nombreuses et variées dans des textes clairs
- Intérêt marqué pour la culture, le savoir et la mission de BAnQ
- Entregent et esprit d'équipe, autonomie, aptitude à exceller dans un climat de travail sous pression et dans le respect des délais, multitâche
- Rigueur professionnelle et respect des procédures établies
- Bilinguisme (français et anglais)

RELATIONNISTE ET ANIMATEUR, ANIMATRICE DE COMMUNAUTE

Employeur

Institut du nouveau monde

L'Institut du Nouveau Monde (INM), un organisme non partisan dont la mission est d'accroître la participation des citoyens à la vie démocratique, vous offre l'occasion de relever des défis et de réaliser des projets intéressants dans un environnement dynamique et stimulant, axé sur l'ouverture, l'innovation et le travail d'équipe.

Description du poste

Le relationniste et animateur(trice) de communauté assume la responsabilité générale des communications avec le public à travers les réseaux sociaux, des différents canaux de communication de l'INM et auprès des médias.

Sous l'autorité de la Directrice des communications :

- Gérer les différents comptes de réseaux sociaux
- Élargir la communauté sur les différentes plateformes Web de l'INM
- Rédiger et coordonner la mise en ligne de contenu rédactionnel : communiqué, billet, article, infolettre
- Encourager les utilisateurs à interagir avec la marque INM et le contenu produit par l'INM
- Produire les rapports de performance des campagnes et des initiatives
- Élaborer et mettre en œuvre des stratégies de communication auprès des médias écrits et électroniques et des divers réseaux sociaux
- Répondre aux demandes des journalistes
- Solliciter des entrevues auprès des émissions d'information, d'affaires publiques et autres
- Effectuer toutes tâches liées à l'exercice de cette fonction

Formation et exigences

- Formation universitaire de premier cycle en communication, rédaction et multimédia, ou autre discipline pertinente
- Minimum de trois ans d'expérience
- Français excellent tant à l'oral qu'à l'écrit
- Anglais fonctionnel tant à l'oral qu'à l'écrit
- Esprit de synthèse démontré
- Capacité à travailler sous pression
- Polyvalence et autonomie
- Rigueur, discrétion et très grand sens de l'organisation
- Capacité à travailler en équipe
- Entregent et habiletés sociales
- Excellente connaissance de l'actualité et de la politique québécoise en général
- Excellente maîtrise des réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram
- Maîtrise l'utilisation des logiciels de bureautique incluant les moteurs de recherche Web
- Connaissance d'Adobe CS6, Word Press, HTML, un atout

RESPONSABLE DE LA DIFFUSION ET DES COMMUNICATIONS

Employeur

Le Petit Théâtre de Sherbrooke

Le Petit Théâtre de Sherbrooke a pour mission de développer la pratique et la fréquentation du théâtre pour l'enfance et la jeunesse en plaçant les mots et la dramaturgie au centre de chacune de ses recherches et en donnant à des équipes multidisciplinaires les conditions de création leur permettant d'expérimenter un dialogue entre les langages musical, visuel et corporel.

Description du poste

Le Petit Théâtre de Sherbrooke est présentement à la recherche d'un(e) responsable de la diffusion et des communications qui, sous l'autorité de la direction générale et en étroite collaboration avec celle-ci et la direction artistique, exercera les principales fonctions suivantes :

- Réaliser un plan de communication en fonction du public cible de la compagnie : l'enfance et la jeunesse
- Représenter l'organisation auprès des médias et développer des relations de presse efficace
- Planifier, produire, et maintenir à jour tous les documents nécessaires à la promotion de l'entreprise et de ses productions
- Contrôler le budget prévu pour l'ensemble des activités de promotion et de publicité
- Planifier et coordonner les activités de lancement et les Premières
- Participer à des activités professionnelles pertinentes pour la visibilité de l'organisation
- Élaborer, en étroite collaboration avec la direction générale et la direction artistique, un plan de diffusion et de mise en marché
- Assurer la vente des spectacles en autodiffusion, à Sherbrooke, et auprès des diffuseurs francophones du Québec et du Canada

- Participer à des évènements permettant d'établir des contacts et représenter l'organisation (RIDEAU, ROSEQ, festivals)
- Participer à la préparation des demandes de subvention pour les tournées ainsi qu'à la rédaction des rapports d'activités de son secteur

Formation et exigences

- Formation en communication, marketing ou dans un domaine connexe
- Expérience pertinente minimum de deux ans en diffusion et/ou en communication
- Bonne connaissance du marché des arts de la scène et du milieu théâtral
- Parfaite maîtrise du français à l'oral et à l'écrit
- Aptitude supérieure en rédaction et en communications (écrites et orales)
- Maîtrise des outils informatiques dans un environnement MAC
- Attitude positive, sens de l'initiative, polyvalence et autonomie
- Très bon sens de l'organisation, souci du détail et adaptabilité
- Esprit d'équipe et de collaboration
- Aptitude à mener plusieurs dossiers de front et à gérer le budget de son secteur

RESPONSABLE DES COMMUNICATIONS

Employeur

Unité de santé internationale

L'Unité de santé internationale a pour mission de contribuer à l'amélioration de la santé dans les pays en développement et en transition. En étroite partenariat avec eux, nous appuyons la formulation et la mise en œuvre des politiques de santé ainsi que la réalisation de programmes et de services équitables et performants.

Il s'agit du seul organisme francophone nord-américain en mesure de combiner des actions qui relèvent de la formation, de l'expertise, de l'appui technique et de la recherche en santé mondiale.

Description du poste

Sous l'autorité du directeur de l'USI, et en collaboration avec l'adjointe administrative et les services de communications des institutions d'appartenance, la ou le responsable des communications assume l'entière responsabilité des communications de l'USI.

Principales responsabilités :

- Mettre à jour le plan de communication afin d'accroître la visibilité de l'USI dans le réseau de la santé et sur la scène internationale
- Proposer des stratégies et des actions visant à assurer une communication efficace autour des différents projets stratégiques et des changements organisationnels qu'ils impliquent
- Assurer la mise à jour et le développement de l'intranet et du site Internet (www.santeinternationale.ca), améliorer le référencement du site
- Concevoir, rédiger, réviser et superviser la production de différents outils de communication (brochures, bulletins de nouvelles, communiqués, affiches)
- Assister le directeur dans la préparation de ses documents destinés à des présentations (PowerPoint, discours)

- Animer des réunions
- Planifier, organiser et assurer le déroulement d'événements variés
- Participer, en tant que représentant de l'USI, à divers événements publics (colloques, conférences, etc.)
- Assister les coordonnateurs de projets dans leurs démarches de recrutement
- Assurer le lien et le suivi avec les services de communication des institutions d'appartenance (UdeM, EspuM, CHUM, CRCHUM)
- Fournir un appui ponctuel aux coordonnateurs de projets, notamment dans la mise en page des rapports, réponses aux appels d'offres et tout autre document pertinent

Formation et exigences

- Baccalauréat en communication, relations publiques ou autre domaine pertinent
- Minimum de 2 ans d'expérience dans le domaine des communications
- Sens aigu des relations interpersonnelles, habileté en communication orale et écrite
- Excellentes aptitudes rédactionnelles en français
- Bonne maîtrise de l'anglais écrit, un atout
- Très bonne connaissance de Word et PowerPoint. Connaissance d'un logiciel de gestion de contenu (CMS). Illustrator et InDesign, un atout
- Faire preuve de minutie, rigueur, jugement et discrétion
- Polyvalence et autonomie dans l'accomplissement des tâches
- Entregent et dynamisme

SPECIALISTE EN COMMUNICATION INTERNE

Employeur

Wajax systèmes de puissance

Wajax a plus de 100 succursales à travers le Canada et représente un large éventail de fabricants mondiaux de premier plan. Notre clientèle couvre les secteurs clés de l'économie canadienne, notamment la construction, l'industrie et le commerce, le transport, les sables bitumineux, l'exploitation forestière, le pétrole et le gaz, le traitement des métaux, l'exploitation minière et la marine.

Description du poste

Le/la Spécialiste en communication interne sera responsable de développer, mettre en place et mesurer tous les aspects de la communication interne au sein de l'entreprise en vue d'obtenir un engagement accru, la rétention des talents et une meilleure productivité. Responsabilités :

- Élaborer, exécuter et mesurer l'efficacité d'une stratégie de communication interne qui améliore l'engagement, la rétention des talents et de la productivité
- Soutenir les équipes de haute direction/gestionnaires dans leur responsabilité de communiquer avec leurs employés. Cela peut inclure de développer et/ou trouver de la formation, créer des points de discussion et autre matériel de soutien et offrir du coaching
- Développer et gérer des canaux de communication efficaces pour atteindre divers groupes (filaire ou non) dans notre réseau de 130 succursales réparties sur 6 fuseaux horaires. Cela comprendra un site intranet et un bulletin qui devra être imprimé chaque trimestre
- Soutenir la communication des initiatives de l'entreprise et des programmes aux employés en créant des messages multimédias pour une utilisation par divers canaux

- Collaborer avec les dirigeants/équipes de changement pour hausser l'importance de la communication dans le cadre de la gestion du processus de changement
- Collaborer avec l'équipe des Ressources Humaines pour développer une stratégie de communication acquisition (propositions avantageuses d'embauche et branding, message sur les sites d'emplois, salons de l'emploi, brochures et cadeaux promotionnels, etc.)
- Collaborer avec l'équipe des Ressources Humaines pour développer et/ou améliorer la reconnaissance des employés/programmes de récompense et des événements sociaux (BBQ, participation communautaire, programmes de récompense pour la sécurité/service/performance, etc.) pour créer au niveau des employés un sentiment d'appartenance à l'entreprise et qu'ils deviennent représentants de recrutement dans leurs communautés
- Superviser l'exécution et résultats de notre sondage annuel de l'opinion d'employé. Suivre et communiquer les progrès versus les plans d'action
- Élaborer les directives/politiques/protocoles des communications internes
- Gérer les fournisseurs de support de communication (par exemple, impression) pour la qualité et le coût
- Soutenir les tactiques de communication interne comme requis

Objectifs de la première année :

- Diriger une équipe interfonctionnelle/interdivisions pour modifier, relancer et maintenir un site intranet spécifique aux divisions et aux portails avec des rôles spécifiques, dans le cadre de cet usage de travail/tester un outil de collaboration et de formuler des recommandations pour l'achat/utilisation des outils de collaboration à l'avenir
- Diriger une équipe interfonctionnelle/inter-division pour concevoir, développer et distribuer un bulletin trimestriel de l'entreprise
- Collaborer avec des parties prenantes internes au but de consolider les fournisseurs de support de communication pour les économies incluant les services de traduction externes




- Soutenir la mise en place/gestion des initiatives de ressources humaines : Résultats EOS et processus de planification d'action ; mise à jour des résultats trimestriels de l'entreprise ; déploiement du programme d'efficacité du leadership ; l'acquisition de talents/propositions avantageuses d'embauche et branding/collatéral

Formation et exigences

- Baccalauréat en marketing, communication ou dans un domaine parent
- Expérience de 3 ans dans un poste similaire
- Bilinguisme (anglais/français) écrit et parlé de niveau avancé essentiel, excellentes compétences en communication écrite/orale
- Compétences interpersonnelles nécessaires pour établir des partenariats internes et externes
- La capacité de comprendre la stratégie, les objectifs et les initiatives de l'entreprise et de les communiquer à tous les employés (tant aux employés d'usine qu'à l'équipe de la direction)
- Créativité et accomplissement en arts visuels — capable de traduire les messages d'une manière visuellement convaincante, attrayante et compréhensible
- Professionnel/elle et mature — capable de conserver des informations confidentielles ; travailler avec tous les niveaux de personnel/gestion ; et apprécier/travailler avec des sensibilités culturelles et politiques
- Compétences techniques avancées des logiciels Adobe (InDesign, Photoshop, Illustrator) et Microsoft Office (particulièrement PowerPoint)

UQÀM | Services à la vie étudiante
Engagés à faire une différence



 @VieEtudiante
 VieEtudianteUQAM
 vieetudianteuqam