



NOUVELLE FORMATION CONTINUE UNIVERSITAIRE

Accompagner les relations publiques à l'ère digitale

GREGORY TESNIER

Dans le domaine des médias sociaux, de «l'expertise web» et de la «communication online», l'Université de Genève (UNIGE) se positionne comme une institution de référence avec ce nouveau diplôme de formation continue. Le DAS (Diploma of Advanced Studies) Relations publiques digitales, qui débute le 28 avril prochain – les inscriptions restant ouvertes jusqu'à cette date – complète en effet un riche catalogue de programmes académiques existants (lire l'article en bas de page) et qui explorent, chacun à leur manière, les particularités d'internet et des réseaux communautaires ainsi que leurs conséquences dans la vie des entreprises et des organisations. «Le DAS Relations publiques digitales s'inscrit dans la continuité d'une réflexion générale de la Faculté des sciences de la société sur les change-

ments technologiques en cours dans toutes les branches de l'économie. La communication des entreprises, tout particulièrement, subit de plein fouet la révolution numérique. Ainsi, les relations publiques ne se présentent plus de la même façon. Dans cette discipline de référence, s'adapter à la nouvelle donne apparaît comme primordial pour les entreprises des secteurs privé et public. Partant, un besoin émerge sur le marché de l'emploi: de nouvelles compétences sont demandées, tandis

que les qualifications de base demeurent essentielles. Nous souhaitons apporter tout cela aux professionnels qui choisissent notre diplôme!», commente Philippe Amez-Droz, praticien des relations publiques, chargé de cours à l'Institut des sciences de la communication, des médias et du journalisme de l'UNIGE (Medi@Lab-Genève) et responsable du contenu du

programme du DAS Relations publiques digitales. Il coordonne ce dernier avec Sandra Zanelli, tandis que le professeur Patrick-Yves Badillo en assure la direction, en collaboration avec René Engelmann, qui dirige l'Ecole CREA Genève, du groupe international privé d'enseignement supérieur et de recherche INSEEC, établissement partenaire de la formation dans le cadre d'une convention spécifique.

POUR LES PROFESSIONNELS DES RELATIONS PUBLIQUES

«Les besoins des entreprises en matière de compétences digitales ne cessent de croître. Elles imposent en amont des formations adaptées et renouvelées», souligne René Engelmann. Patrick-Yves Badillo confirme ce propos et explique, en complément, que le nouveau DAS «satisfait une demande croissante de formation en rédaction et en diffusion de contenus sur internet et les réseaux sociaux». Et d'ajouter: «identifier les nou-

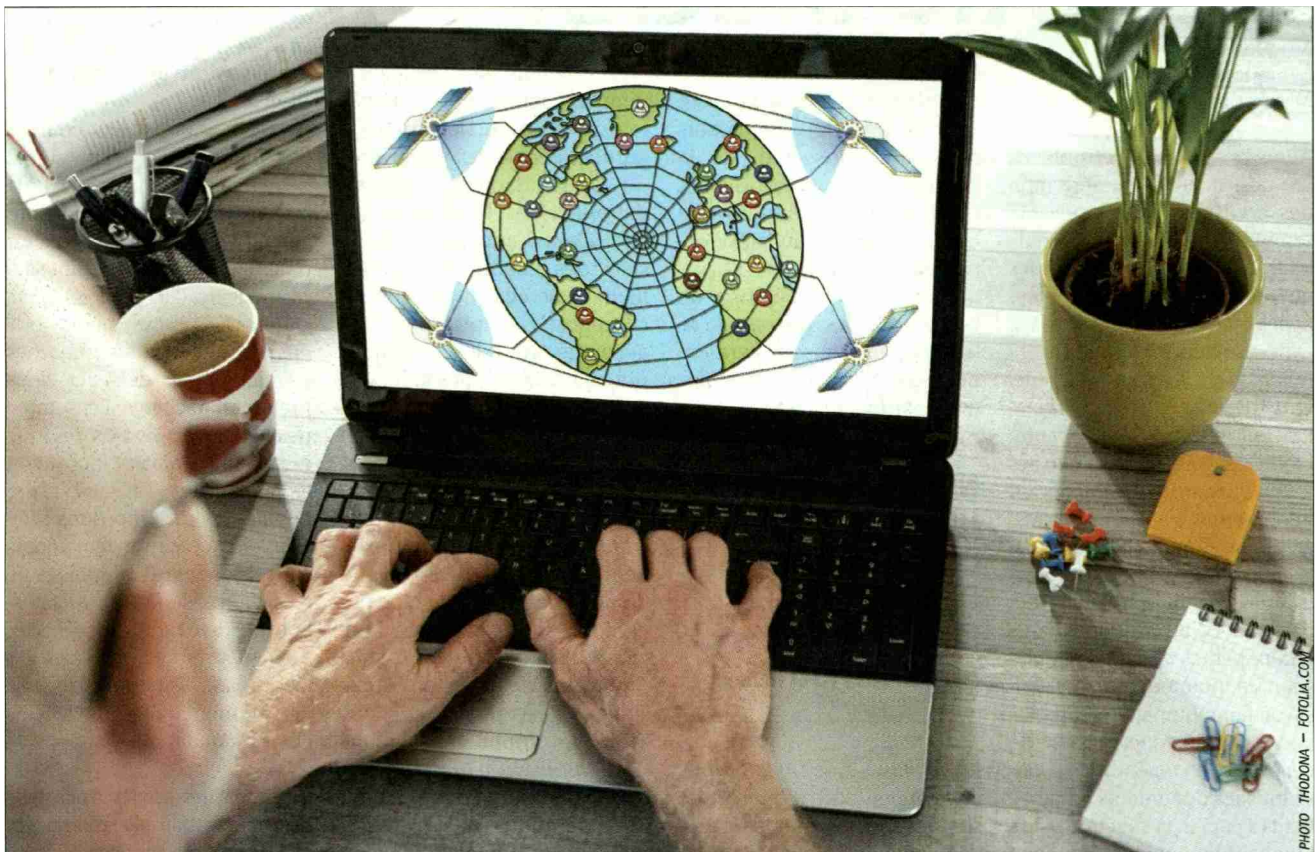
veaux métiers et développer les nouvelles compétences requises dans les secteurs de la communication institutionnelle et des relations publiques se présente comme un enjeu incontournable».

Concrètement, le DAS Relations publiques digitales est prioritairement destiné aux professionnels de la discipline des relations publiques cherchant une mise à niveau ou un approfondissement de leurs compétences. Sur deux semestres, le cursus comprend dix modules, soit sept cent cinquante heures de formation partagées entre des enseignements et sous la forme de travaux personnels dirigés. Les thèmes abordés dans les cours? «Management Relations publiques (RP): fondamentaux offline et vision stratégique online», «RP externes, e-réputation, branding et promotion des messages», «L'écriture stratégique offline et online», «Performance web, e-marketing et stratégie RP via les médias sociaux», «RP internationales», «Communication financière», «Gestion de crise via les médias sociaux», «Stratégies médias numériques», «RP événementielles: luxe et sponsoring», «Nouvelles stratégies digitales des RP dans le secteur culturel et non profit», notamment. Les séances et les conférences – qui ont lieu deux fois par mois, le vendredi de 14 h 15



à 21h. et le samedi de 8h 15 à 13h. – sont prises en charge par des intervenants experts dans leurs domaines, parmi lesquels, par exemple, Thierry Libaert, professeur des universités et auteur de nombreux ouvrages de référence dans le domaine de la communication, Anthony Lamy, directeur/Global Brand Partnerships chez Facebook, ou encore Corinne Delli Gatti, head of business development and media chez Richemond International SA. ■

Informations et inscription:
www.innovation-digitale-geneve.ch
ou www.unige.ch/formcont/dasrpdigitales



LA COMMUNICATION DES ENTREPRISES, tout particulièrement, subit de plein fouet la révolution numérique.



La fin de la «com'»?

Le nouveau DAS Relations publiques digitales de l'Université de Genève imagine la communication institutionnelle d'aujourd'hui et de demain. Cette communication apparaît en rupture avec les schémas du passé. D'après Philippe Amez-Droz, responsable du contenu du programme du DAS, les relations publiques digitales impliquent de tenir compte de clients qui «deviennent des experts et des partenaires», de prendre en compte «l'hybridation des contenus, des compétences, voire des métiers» qui bouleverse les règles d'organisation de l'entreprise ou encore d'envisager le métier de «relationniste» – pour reprendre un terme canadien – comme une activité aux débouchés multiples. Assiste-t-on, d'une certaine façon, à la fin de la «com'» traditionnelle? Dans son dernier livre – *La fin de la Com'*, aux éditions du Cerf – Arnaud Benedetti, professeur associé en histoire de la communication à l'Université Paris Sorbonne, imagine un tel scénario. Dans une récente interview, il donne ainsi son analyse: «Plus la «com'» paraît triompher, moins elle est crédible. L'excès de «com'», c'est un peu le chant désespéré de méthodes, de pratiques nées au siècle dernier (et) qui prenaient acte de la nécessité, démocratie oblige, de composer avec les opinions, mais en s'efforçant de les détourner, de les domestiquer, de «fabriquer du consentement», pour reprendre l'expression favorite de l'un des fondateurs de la communication d'influence et des relations publiques, Edward Bernays, par ailleurs neveu de Freud». Et l'auteur d'ajouter, en substance: «Plus la «com'» a envahi notre espace public au cours des trente dernières années, moins les différents publics ont été dupes. Ils devenaient plus aptes à en décoder et décrypter les ressorts. Le récepteur est toujours, sur la distance, plus intelligent que ne l'imaginent à tort les professionnels du cynisme, aussi chevronnés puissent être ces derniers». Arnaud Benedetti, *La fin de la Com'*, Editions du Cerf, 2017.



Prochaines séances d'information

Les deux prochaines séances d'information concernant le DAS Relations publiques digitales auront lieu jeudi 6 avril 2017, d'abord à 13h. à Uni-Mail, puis à 18h30 dans les locaux de CREA Genève.



Autres formations continues consacrées au monde digital

La formation continue de l'Université de Genève (UNIGE) enrichit, année après année, la liste des titres qu'elle délivre en lien avec la révolution digitale, la dématérialisation des supports d'information ou l'importance économique croissante prise par les données informatisées. Dans cette perspective, sous la direction du professeur Patrick-Yves Badillo, beaucoup de diplômés s'attardent, au cœur de leurs programmes, sur la réinvention de la communication des entreprises. Cette dernière traverse en effet des bouleversements technologiques majeurs en subissant des transformations sans précédent, auxquelles les professionnels du secteur doivent s'adapter. Le nouveau DAS Relations publiques digitales s'inscrit dans cette réalité. Le DAS Communication digitale: expertise web et réseaux sociaux se donne pour mission, lui, de

transmettre en dix mois les qualifications nécessaires à de futurs «experts en communication web et réseaux sociaux pourvus d'une solide culture en management».

Outre les deux DAS – qui représentent 30 crédits ECTS – proposés par la Faculté des sciences de la société (SdS), il existe aussi, toujours dans une perspective de formation continue à l'UNIGE, deux CAS (Certificate of Advanced Studies) – 15 crédits ECTS – spécialisés en communication digitale et expertise web ou en communication digitale et réseaux sociaux. Les DAS et les CAS possèdent des liens forts entre eux et constituent, ensemble, une offre qualifiante qui se veut «flexible et individualisée». Une illustration de cette souplesse d'organisation? Il est possible de suivre non pas l'ensemble d'un cursus (12 000 francs pour

le DAS Relations publiques digitales), mais uniquement un ou plusieurs modules d'un cycle d'enseignements (1500 francs pour chacun des dix modules du DAS Relations publiques digitales). Autre exemple: sur plus d'une année, mais dans les limites d'une durée fixée par le règlement (six semestres, normalement), différents modules peuvent être validés peu à peu et autoriser, finalement, l'obtention du grade ambitionné.

En plus des parcours de formation continue s'étalant sur plusieurs mois, la SdS organise, de façon plus ponctuelle, des journées d'étude. Certaines d'entre elles s'intéressent plus spécifiquement au «référencement des sites internet» ou à la «gestion des médias sociaux» avec, pour ce cas précis, différents angles d'approche possibles pour aborder le sujet. ■