



# POINT FORT

## DIGITALISATION

### Les professionnels des relations publiques mettent à jour leurs connaissances

GRÉGORY TESNIER

Assiste-t-on à la fin de la communication d'entreprise traditionnelle? Certains spécialistes s'interrogent. A l'heure digitale, la communication institutionnelle apparaît en effet en rupture avec les schémas du passé. Elle se réinvente et se transforme tandis qu'elle traverse les bouleversements technologiques majeurs du début du XXI<sup>e</sup> siècle. Dans cette perspective, les professionnels du secteur doivent s'adapter et se former

à de nouveaux outils et à de nouvelles méthodes de travail. Le DAS (Diploma of Advanced Studies) Relations publiques digitales, une nouvelle formation continue de l'Université de Genève menée en collaboration avec l'école de communication CREA Genève du groupe INSEEC, s'inscrit dans cette réalité. Ce programme, qui doit débiter fin avril, vise, au terme d'un cursus d'une année, à transmettre des compétences spécifiques pour devenir capable, notamment, de «développer une stratégie de rela-

tions publiques online dans un environnement 2.0». Les cours du DAS parlent alors des «fondamentaux offline», de la «vision stratégique online», de la «e-réputation» ou encore de la «stratégie RP via les médias sociaux». Des thématiques particulières comme la communication de crise, la communication financière ou les relations publiques dans les domaines du luxe ou dans le secteur des organisations à but non lucratif sont également abordées.