

Guide des stagiaires

**PBT 3101
STAGE EN SERVICE À LA CLIENTÈLE**

**PBT 3100
STAGE EN CRÉATION**

CONDITIONS GÉNÉRALES

1.1 Stage en service à la clientèle (PBT 3101) ou en création (PBT 3100)

L'étudiant doit choisir l'un des deux stages et s'assurer que son dossier académique correspond aux critères suivants. Les stages en média, production ou recherche peuvent s'intégrer à l'un ou l'autre des stages selon le dossier académique de l'étudiant.

1.2 Critères de base

Le dossier académique de l'étudiant doit faire état d'une moyenne cumulative d'au moins 3 (soit l'équivalent de B ou 73 et plus) après 15 crédits (5 cours) dont 6 crédits dans le bloc où le stage se situe.

L'étudiant qui n'a pas complété les deux cours dans le bloc du stage ne peut s'y inscrire ; le stage ne peut donc être concomitant aux cours exigés. L'étudiant qui s'inscrit à un stage ne peut prendre un cours dans le bloc D à moins de le considérer comme hors programme.

1.3 Entrevue de sélection

L'étudiant dont le dossier académique correspond aux exigences doit faire parvenir sa demande au responsable du programme afin d'être convoqué en entrevue. Les dates de dépôt de demandes sont les suivantes : avant le 1^{er} septembre, avant le 1^{er} février et avant le 1^{er} mai pour une entrevue de sélection au cours du même mois. Les demandes reçues après ces dates seront traitées en fonction de la prochaine échéance.

1.3.1 L'entrevue

L'entrevue de sélection est obligatoire. L'objectif de cette démarche est double : s'assurer que le candidat stagiaire possède à la fois les compétences, la personnalité, l'attitude et l'autonomie nécessaires pour effectuer un stage et une forme d'aide ou d'orientation.

L'étudiant a l'entière responsabilité de trouver lui-même son stage.

1.4 Durée du stage

Le stage est d'une durée minimale de 135 heures soit l'équivalent de trois semaines à temps plein.

1.5 L'inscription au stage

L'étudiant peut en tout temps s'inscrire au stage s'il possède tous les préalables. Toutefois, le fait de s'inscrire n'est pas une confirmation de l'obtention du stage ni de la satisfaction des exigences.

Si l'étudiant, pour quelque raison, ne peut faire son stage, il doit annuler son inscription le plus tôt possible sinon la mention « échec » apparaîtra au prochain bulletin et les frais de scolarité devront quand même être acquittés.

2. CONDITIONS PARTICULIÈRES

2.1 Responsabilités

L'étudiant a la responsabilité de trouver lui-même l'entreprise qui l'accueillera comme stagiaire.

2.2 Lieu du stage

Le stage peut se dérouler dans une agence de publicité, chez un client-annonceur ou dans un média.

Le stage peut se dérouler dans l'entreprise où l'étudiant travaille déjà mais cette approche est très peu souhaitable. En aucun cas, cependant, le stage ne peut être le travail normal ou régulier que la personne accomplit avec rémunération, que ce soit à temps partiel ou à plein temps.

2.3 Approbation

L'étudiant doit obtenir l'approbation écrite de son tuteur avant de débiter son stage.

3. DÉMARCHES ET ÉTAPES

3.1 Le projet de stage

L'étudiant doit soumettre un projet de stage **avant** de débiter son stage. Ce projet est évalué par le responsable du programme et possède un poids de 10 % de la note finale.

Dans son projet, l'étudiant doit définir :

- Ses coordonnées
- Ses objectifs (voir section suivante)
- Le nom de l'entreprise et les coordonnées du tuteur

- L'orientation de son stage (voir section suivante)
- La description de ses activités
- Un calendrier de réalisation
- La lettre d'acceptation de son tuteur

3.2 L'orientation du stage

Il y a trois types de stages : le stage d'expérience (le plus fréquent), le stage de recherche et le stage de compilation.

3.2.1 Le stage d'expérience

Ce type de stage a trait à une situation ou une expérience vécue par le stagiaire. Le rapport doit incorporer une synthèse chronologique des événements et des commentaires ou réflexions.

Le stage consiste à réaliser une activité précise en agence ou en entreprise.

Les objectifs peuvent être :

- d'appliquer une méthode d'analyse
- de participer à un projet particulier
- de collaborer à une étude ou une recherche
- d'être immergé dans une nouvelle mise en situation et de participer à la réalisation d'une activité.

L'étudiant sera alors évalué sur le choix du stage, les conditions d'obtention, les activités, sa contribution, l'utilisation des connaissances, l'application des méthodes, la confrontation de théories à la réalité, l'atteinte d'objectifs, l'intégration à l'équipe, la capacité de travailler rapidement.

Il importe que l'étudiant puisse dans son rapport, prendre du recul et ainsi porter un jugement critique sur son expérience.

3.2.2 Le stage de recherche

Il s'agit dans le cadre d'un stage d'une contribution à l'étude, la connaissance, le développement, l'application d'un thème dans un secteur défini. Par exemple, l'étudiant participera à une étude sur l'utilisation des enfants dans la publicité des aliments et détergents.

Cette activité peut se dérouler sous forme exploratoire dans certains cas à condition de très clairement baliser chaque étape du développement.

Le développement de la problématique, l'analyse, la synthèse et les recommandations demeurent des critères d'évaluation pertinents et retenus.

3.2.3 Le stage de compilation

L'objectif de ce type de stage consiste à faire état d'une situation ou d'un contexte dans un secteur, par exemple, l'évaluation des investissements publicitaires des fabricants de yogourts québécois, tous médias confondus.

Selon le sujet sélectionné, il doit y avoir un effort nécessaire, voire indispensable dans l'identification, la sélection et l'utilisation des sources documentaires.

Il convient d'aborder ce type de stage avec la plus grande rigueur sur le plan de l'organisation personnelle et matérielle afin de rencontrer les objectifs visés dans les délais prévus.

À ce chapitre, le stagiaire prépare des fiches de travail, des fiches de lecture et prévoit un système de classement soit par thème, soit alphabétiquement ou soit encore par ordre chronologique. Le tout pouvant être évidemment informatisé.

Cette approche planifiée devrait éviter des erreurs de parcours à l'étudiant qui rencontrera souvent de nouvelles sources elles-mêmes renvoyant à d'autres documents.

Une compilation ne doit pas être énorme pour être bonne. La dimension synthèse demeure une qualité fondamentale et pour que cette approche ait un sens, il faut qu'elle se réalise sous le signe d'une analyse. Ainsi on pourra « évaluer » et non seulement ramasser les données ou des informations.

Les critères d'évaluation incluent les points suivants : qualité de la démarche et de la méthode, intérêt du sujet, pertinence de l'analyse, interprétation des résultats.

3.3 La définition d'objectifs

Cette étape est très importante et le stagiaire doit prendre le temps de très bien définir ses objectifs.

3.3.1 Les objectifs à court terme

Institutionnels

Accumuler des crédits en vue de l'obtention d'un diplôme, accéder à un autre programme.

Personnels

Valider des connaissances, acquérir une expérience, acquérir une compétence, relever un défi, se faire connaître, dénicher un emploi

D'apprentissage

Cerner un problème, organiser son travail, collaborer à une équipe, gérer son temps, produire dans des délais, exercer ses aptitudes, appliquer ses connaissances, découvrir son potentiel, contribuer à une réalisation, apporter sa contribution, découvrir le milieu, s'épanouir dans ce contexte, apprendre à se connaître, s'auto-évaluer.

3.3.2 Les objectifs à moyen terme

Institutionnels

Enrichir son parcours d'études en publicité, contribuer à la renommée de la qualité du programme.

Personnels

Constater l'adéquation entre sa situation et celle du milieu publicitaire, faciliter ses choix et orientations futures, préparer une demande formelle de recherche d'emploi, compléter sa formation.

D'apprentissage

Enrichir son curriculum, disposer de références, élargir son champ de connaissances et d'expériences.

3.4 Le cahier de bord

Ce document doit être remis uniquement au responsable du programme et possède une valeur de 20 % de la note finale.

Pendant toute la durée du stage, l'étudiant doit **obligatoirement** tenir un cahier de bord **quotidien**. Il y inscrit la date et de façon systématique ses observations, ses annotations. Ce qu'il a fait, ce qu'on lui a demandé, ses réflexions. Ce document n'a pas à être fait à l'ordinateur, il peut être

manuscrit. L'objectif de la tenue d'un cahier de bord consiste à ne pas perdre de vue ses activités en dépit du rythme rapide du stage et d'utiliser le contenu en vue de rédiger le rapport de stage.

3.5 Le rapport de stage

Ce document doit être remis et au tuteur et au responsable. L'évaluation est faite par le responsable. Ce document possède un poids de 30 % de la note finale. Le rapport doit être dactylographié (minimum 15 pages excluant page couverture, annexes, réalisations et bibliographie, en 12 points 1½ interligne) et remis au plus tard 2 mois après la fin du stage. Aucun document n'est accepté par courrier électronique. 10% est aussi accordé à la qualité de présentation des documents.

Le rapport doit être une analyse critique des activités réalisées avec comme toile de fond le projet et le cahier de bord ; le stagiaire doit démontrer s'il y a ou pas adéquation entre les deux premiers documents et pourquoi.

Un rapport type comprend quatre sections.

- A) Les conditions d'obtention du stage, le contexte, l'environnement; la présentation de l'agence ou de l'entreprise, du tuteur et des autres personnes clés.
- B) Une revue très détaillée des projets et réalisations ainsi que des compétences requises et acquises
- C) Une analyse critique des activités et apprentissages en lien avec la formation académique et une évaluation sous forme de bilan entre les attentes (du stagiaire) et la réalité vécue.
- D) Une auto-évaluation de l'étudiant.

4. LE TUTEUR ET L'ENTREPRISE

4.1 Le tuteur

Il est responsable de la supervision du stagiaire même si ce dernier doit faire preuve d'autonomie. Le tuteur guide, gère, encadre, stimule le stagiaire et lui fournit le travail devant être effectué.

Après la fin du stage, le tuteur doit procéder à une évaluation du stagiaire selon une grille qui lui sera fournie. Son évaluation compte pour 30 % du total de la note finale.

4.2 L'entreprise

L'agence, le client-annonceur ou le média qui vous accueillera en tant que stagiaire doit être pris en considération dans la démarche : au départ sur le plan de l'identification de l'entreprise : type, taille, localisation, puis sur les individus : directeur de création, de production ou de recherche, vice-président finance, directeur général, etc... Vous devez pouvoir déterminer qui contacter, et comment le faire.

Il est fortement conseillé au stagiaire d'impliquer l'entreprise dans la définition de son projet de stage plutôt que d'essayer de présenter une proposition complète que l'agence, le cas échéant, aurait peu intérêt à retenir. Quoique l'entreprise ne nourrira pas nécessairement de grandes ambitions à l'égard du stagiaire, elle ne doit pas pour autant « subir » un projet ; elle doit au contraire pouvoir y trouver un certain intérêt tant en accomplissant une sorte de devoir moral à l'endroit de la relève dont vous êtes.

L'entreprise où l'étudiant fera son stage doit désigner un tuteur à ce dernier. Il convient que le stagiaire définisse le plus tôt possible la nature de son stage avec son tuteur en ne perdant pas de vue ses objectifs pédagogiques, lesquels ne sont que rarement une priorité pour le tuteur.

Il n'est pas recommandé à l'étudiant de solliciter, encore moins d'exiger une rémunération. Si l'entreprise souhaite vous « offrir quelque chose », acceptez-le, bien sûr, mais vous devriez considérer que l'entreprise vous accorde déjà un certain bénéfice en vous accueillant et en vous offrant du temps et des moyens. Là-dessus, vous êtes en droit de demander ce qui matériellement vous importe pour travailler. La question de temps demeure, elle, plus délicate. Vous serez peut-être en contact quotidien avec votre tuteur mais il y a de fortes chances que ce ne soit pas le cas et vous devrez rapidement faire preuve d'initiative et de performances sans supervision étroite.

5. **VOTRE CONTRAT D'APPRENTISSAGE**

Voici quelques conseils en vrac avant de débiter votre démarche.

Définition de vos objectifs : pourquoi voulez-vous faire un stage ?

Qui êtes-vous ? Vos 3 meilleures qualités, vos 3 pires défauts.

Que savez-vous faire ?

Que voulez-vous faire pendant le stage ?

Quel sera l'intérêt, le bénéfice et l'avantage d'une entreprise à vous accueillir comme stagiaire ?

Que savez-vous du milieu ? Documentez-vous. Lisez.

Sélectionnez 6 entreprises que vous aimez et dont le profil de clients vous intéresse.

Documentez-vous encore davantage sur ces six entreprises.

Lorsque vous aurez tous vos arguments, vous serez en mesure de « vous vendre ».

Écrivez une très bonne lettre aux bonnes personnes concernées (nom correctement orthographié ; titre, etc.)

Assurez un suivi dans un cahier où vous inscrirez par la suite les dates d'envoi, de téléphone et le contenu de la discussion.

Soyez patients et soyez compétents. Il n'y a aucune raison pour laquelle une entreprise devrait rapidement vous ouvrir ses portes. Connaissez-vous bien et distinguez-vous des autres. Une recherche de stage ne diffère pas tellement d'une recherche d'emploi.

Il existe un paradoxe en publicité : on y travaille souvent en équipe mais ce sont les compétences individuelles qui comptent. Ajoutons la personnalité, le talent, la compétence. C'est principalement pour ces raisons que la Faculté ne s'implique pas directement pour vous trouver un stage. Il s'agit de votre projet, de votre démarche.

6. **CORRECTION**

Le responsable procède à la correction ; il additionne l'évaluation du tuteur à son évaluation et transmet la note à son adjointe. Les documents sont retournés par la poste au stagiaire.

7. **QUESTIONS ?**

Si vous avez des questions, contactez-moi à cette adresse :

Sylvain.Desrochers@umontreal.ca

Bonne chance.

