

NOS COMITÉS PERMANENTS

- AFFAIRES STRATÉGIQUES ET COMMUNICATION
- ÉTHIQUE ET GOUVERNANCE
- EXCELLENCE ET RECONNAISSANCE PROFESSIONNELLE
- FORMATION ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL
- PROGRAMMATION ET SERVICES AUX MEMBRES
- STRATÉGIES ET PARTENARIATS
- JEUNES PROFESSIONNELS
- COMMUNICATION RESPONSABLE

NOS PARTENAIRES



POUR VOUS INFORMER DE TOUTES
LES ACTIVITÉS EN COURS DE SAISON
WWW.SQPRP.CA



Société québécoise
des **professionnels**
en **relations publiques**
COMPRENDRE. COMMUNIQUER. RAPPROCHER.

4316, boul. Saint-Laurent, bureau 200
Montréal (Québec) H2W 1Z3

Téléphone : 514 845-4441
Télécopieur : 514 842-4886
Courriel : info@sqrprp.ca



**UNE PROGRAMMATION
DIVERSIFIÉE POUR LA SAISON
2009-2010**



Société québécoise
des **professionnels**
en **relations publiques**
COMPRENDRE. COMMUNIQUER. RAPPROCHER.

SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE	JANVIER	FÉVRIER	MARS	AVRIL	MAI
PROGRAMMATION ET SERVICES AUX MEMBRES ET EXCELLENCE ET RECONNAISSANCE PROFESSIONNELLE								
25 – La crise vécue de l'intérieur – La direction de Maple Leaf partage l'expérience apprise de la plus importante crise dans le domaine de l'alimentation au Canada		Vision RP Déjeuner-Causerie		Le Cocktail du Nouvel An		Vision RP Déjeuner-Causerie		Assemblée générale annuelle des membres de la SQPRP Soirée gala d'excellence
AFFAIRES PUBLIQUES ET COMMUNICATION ET ÉTHIQUE ET GOUVERNANCE								
Lancement officiel du nouveau site Web de la SQPRP Début de l'envoi de l'Infolettre SQPRP hebdomadaire	Début de l'envoi de l'Infolettre SQPRP hebdomadaire	ENVOI HEBDOMADAIRE DE L'INFOLETTRE SQPRP	Envoi hebdomadaire de l'Infolettre SQPRP	Envoi hebdomadaire de l'Infolettre SQPRP	Envoi hebdomadaire de l'Infolettre SQPRP	Envoi hebdomadaire de l'Infolettre SQPRP	Envoi hebdomadaire de l'Infolettre SQPRP	Envoi hebdomadaire de l'Infolettre SQPRP
FORMATION ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL								
16 - Les dessous de la stratégie 2.0 d'Obama (En association avec Infopresse) 23 - Communications événementielles : De la stratégie au design : créer l'extraordinaire (En association avec Infopresse)	6 – Relations publiques : L'importance de la présence Web (En association avec Infopresse) 8 – Cocktail 101 - L'art de bien recevoir, un élément-clé en relations publiques 19 – Comment faire d'un virage vert un projet payant ! • Communication éco responsable, pour éviter les pièges dangereux du « greenwashing » 27 – Rédaction de discours, l'effet Obama 28 – Le rôle de la communication dans la gestion des grands projets (En association avec Infopresse)	5 – Relations médias profitables et durables. Attitudes, stratégies et moyens pour être efficace et crédible 11- Les relations publiques dans le tourisme culturel : Comment créer un impact avec des ressources limitées 12 - Les indicateurs de performance en communication interne 16 – La commandite : de la tactique à la stratégie 19 – Tirer profit du web 2.0. Application des stratégies gagnantes en communication relations marketing et relations publiques	1 – Responsabilité sociale ? Communication responsable ? Marketing durable, comprendre le développement durable dans un contexte national et international		8 - Comment faire d'un virage vert un projet payant ! • Communication éco responsable, pour éviter les pièges dangereux du « greenwashing » 9 – Comment utiliser les médias sociaux dans son organisation et pourquoi le faire ? 16 – Leadership et communication – Affirmer et faire valoir son point de vue, prévenir les situations conflictuelles, maîtriser les techniques de négociation 24 – Communication efficace sur Internet dans un contexte d'affaires : regard sur la présence Web	9 – Organisation d'événements éco-responsables : les nouvelles normes et comment celles-ci influenceront votre façon de concevoir des événements 10 - Tirer profit du web 2.0. Application des stratégies gagnantes en communication relations marketing et relations publiques • Courant mars : Publicité numérique sur Internet 11 - La commandite : de la tactique à la stratégie 17 – Communication de crise : Savoir identifier une crise et y faire face (En association avec Infopresse) 23 – Développement durable : La communication : levier de la responsabilité sociale (En association avec Infopresse) 25 - Les indicateurs de performance en communication interne	• Début Avril : Reconnaissance non monétaire des employés • Courant Avril : Communication et gestion du changement : le cas de l'implantation de la carte Opus 21 – La commandite : Implanter et mesurer des campagnes de commandites gagnantes (En association avec Infopresse) 22 – Relations médias profitables et durables. Attitudes, stratégies et moyens pour être efficace et crédible	
JEUNES PROFESSIONNELS								
	Activité de lancement de l'année des Jeunes professionnels	Conférence sur l'entrepreneuriat et Tourisme Montréal (activité conjointe avec les membres réguliers) La foire des RP	Activité des fêtes des Jeunes professionnels Participation à la journée internationale des bénévoles		Conférence portant sur l'éco-responsabilité (activité conjointe avec les membres réguliers) Activité sur les perspectives de carrières	• 5e Édition du Colloque Parle parle, jase jase	Conférence sur le Web 2.0 (à confirmer)	Activité de réseautage Remise du Prix Paul-Dumont-Frenette

Codification des activités :

Prune : Formation et développement professionnel
Vert : Tribunes et conférences

Bleu : Causeries
Orange : Événements sociaux