

PRCA Africa

CHARTRE

Pour l'industrie des Relations
Publiques Programme
de Stage

Public Relations & Communications Association

PRCA
Africa

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

L'Association des relations publiques et des communications en Afrique (PRCA) reconnaît que les stages et les stages d'études supérieurs sont essentiels pour façonner l'avenir de l'industrie des relations publiques sur notre continent. Cette charte établit un cadre structuré pour favoriser des relations mutuellement bénéfiques entre les agences de relations publiques, les équipes d'entreprise et les stagiaires – en mettant l'accent sur l'apprentissage continu, la croissance professionnelle et le professionnalisme dans une relation de valeur partagée.

Mener des processus de sélection équitables et transparents basés sur le mérite et le potentiel. Les stages sont un excellent moyen d'élargir le bassin de talents.

INCLUSIF PAR CONCEPTION

Cette charte défend l'inclusion et la diversité comme piliers fondamentaux de l'avenir du secteur des relations publiques. Les agences de relations publiques et les équipes d'entreprise s'engagent à adopter la diversité dans le recrutement des stagiaires, en garantissant un accès égal aux opportunités pour les candidats de tous horizons (au-delà de la race ou du sexe). De plus, les stagiaires sont encouragés à contribuer activement à une culture d'inclusion au sein des agences et des équipes d'entreprise, en valorisant les perspectives diverses et en défendant l'équité et la représentation.

NORMES ÉTHIQUES ET INTÉGRITÉ

La présente charte prône l'inclusivité et la diversité comme piliers fondamentaux de l'avenir de l'industrie des relations publiques. Les agences de relations publiques et les équipes professionnelles s'engagent à embrasser la diversité dans le recrutement des stagiaires, en garantissant un accès équitable aux opportunités pour les candidats de tous horizons (au-delà de la race ou du genre). De plus, les stagiaires sont encouragés à contribuer activement à une culture d'inclusivité au sein des agences et des équipes en entreprise, en valorisant les perspectives diverses et en plaidant pour l'équité et la représentation. La conduite éthique est au cœur de cette charte. Les agences de relations publiques et les équipes en entreprise s'engagent à respecter les normes éthiques les plus élevées dans toutes les dimensions de leurs activités, en adhérant aux codes de conduite du secteur et aux lignes directrices professionnelles. Les stagiaires, quant à eux, sont tenus de respecter ces mêmes principes, en se conduisant de manière intègre. Un point clé de cette relation partagée est l'appréciation que les agences et les équipes en entreprise ont la responsabilité éthique de s'assurer que les lignes directrices suivantes sont activement mises en œuvre dans leurs programmes de stages :

- Une rémunération équitable et responsable pour les services rendus. La PRCA Afrique ne cautionne aucun stage ou apprentissage basé sur « l'expérience » en remplacement d'une rémunération équitable. Les stagiaires invités à travailler « gratuitement » sont priés de contacter la ligne de signalement de la PRCA.
- Les contrats de stage seront conformes aux exigences de la Loi sur les relations de travail (ou de toute législation régissant les marchés), y compris l'octroi d'un congé minimum, de congés de maladie et d'exigences de conduite opérationnelle.
- Des codes de conduite clairs et des politiques qui permettent aux stagiaires de comprendre leur propre rôle au sein de l'entreprise et les normes attendues par les agences d'éthique et les équipes en entreprise.

DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

Reconnaissant l'importance de l'apprentissage et de la croissance continue, les agences de RP et les équipes en entreprise s'engagent à fournir aux stagiaires de nombreuses opportunités de développement personnel. Des exemples peuvent inclure des programmes de mentorat structuré avec diverses personnes au sein du lieu de travail. Les stagiaires devraient avoir accès aux ressources de l'industrie qui leur permettront d'élargir leurs compétences et leurs connaissances au-delà de leurs responsabilités quotidiennes. Les stagiaires sont encouragés à s'approprier leur parcours de développement professionnel, en recherchant activement des opportunités pour améliorer leurs capacités et de contribuer de manière significative à leurs équipes.

SENSIBILISATION À L'INDUSTRIE

La Charte souligne l'importance de la sensibilisation de l'industrie et le maintien des mises à jour des tendances et des innovations émergentes, tant locales que globales. Les agences de RP et les équipes en entreprise ont la tâche d'exposer les stagiaires à un panorama plus large de l'industrie, de faciliter l'engagement avec les leaders d'opinion et de participer à des réseaux professionnels pertinents. Les stagiaires, à leur tour, sont censés démontrer un intérêt proactif et marqué pour les développements de l'industrie, en recherchant activement des occasions d'approfondir leur compréhension et d'apporter des idées à leurs équipes respectives. En adhérant aux principes énoncés dans la présente charte les agences de RP, les équipes en entreprises et les stagiaires peuvent adopter une culture de professionnalisme, d'intégrité et d'excellence. Ensemble, ils contribuent à l'avancement et à la durabilité de l'industrie des RP, en façonnant sa trajectoire future et en favorisant une communauté caractérisée par la collaboration, l'innovation et le respect mutuel.

PRINCIPES DIRECTEURS for PR internship programmes

EN RÉSUMÉ

La PRCA approuve le rôle essentiel des stages dans le façonnement de l'avenir des relations publiques.

- La PRCA reconnaît que la conduite éthique est primordiale. Les agences et les équipes en entreprise respectent les normes de l'industrie, et les stagiaires doivent maintenir leur intégrité et demander des conseils lorsqu'ils sont confrontés à des défis éthiques. Il y a des dispositions contractuelles minimales que les agences ou les équipes en entreprise doivent respecter.
- La PRCA considère que le perfectionnement professionnel est une priorité. Les agences et les équipes en entreprise offrent un mentorat et des ressources structurés, tandis que les stagiaires sont encouragés à s'approprier leur propre développement.
- La PRCA souligne l'importance de promouvoir la sensibilisation à l'industrie au sein des agences et des équipes en entreprise. Celles-ci fourniront une exposition aux tendances et aux réseaux de l'industrie, et les stagiaires sont censés s'engager activement dans l'apprentissage de ces idées et y contribuer.



Mettre en évidence et aborder l'évolution rapide de l'industrie des relations publiques et le besoin d'adaptation et d'innovation.

S'engager en faveur de la diversité et de l'inclusion, en garantissant l'égalité des chances pour tous les individus, quels que soient leurs antécédents.



Mentionner l'importance d'objectifs d'apprentissage clairs alignés sur les objectifs du programme pour le développement professionnel des stagiaires.

Souligner l'importance d'un processus de recrutement équitable, garantissant des critères de sélection fondés sur le mérite.



Notez la flexibilité de la durée des stages pour tenir compte des circonstances individuelles et des exigences du programme.

Souligner la valeur des régimes de rémunération équitables et compétitifs pour les stagiaires, conformément aux lois sur l'emploi et les règlements.



Réitérer l'engagement mutuel à promouvoir une culture de professionnalisme, d'intégrité et d'excellence dans l'industrie des relations publiques.

Cette charte en 8 points vise à aider les cabinets de relations publiques, les équipes d'entreprise et les stagiaires à travailler ensemble de la manière la plus efficace et la plus productive possible.

1. FIXER DES OBJECTIFS

Engagement de l'agence et de l'équipe d'entreprise:

- Définir des objectifs d'apprentissage clairs pour les stagiaires, en s'alignant sur les objectifs du programme de stages.
- Offrir aux stagiaires, la possibilité d'acquérir une expérience pratique dans divers aspects des relations publiques, y compris les tâches administratives quotidiennes telles que l'état d'avancement, les rapports hebdomadaires, mensuels, de couverture et d'événements, les relations avec les médias, la création de contenu, la planification d'événements et la gestion des médias sociaux.
- Attribuer au stagiaire un point de contact principal (mentor, gestionnaire de compte ou équipe(s) avec lequel travailler pendant la durée du stage.
- Accepter une rémunération raisonnable pour les services fournis et signer un contrat de travail conforme à la législation sur les relations de travail.

Engagement du stagiaire:

- Démontrer sa volonté d'apprendre et de participer activement à la réalisation des objectifs fixés.
- Demander des conseils et des commentaires au gestionnaire/mentor ou à l'équipe désigné par les mentors pour assurer les progrès vers les objectifs fixés.

Les stagiaires seront invités à signer un code de conduite qui comprend un engagement envers une conduite et un comportement éthique ainsi qu'un engagement à fournir un travail qui comprend des demandes de désinformation/désinformation, et un travail qui franchit des obstacles éthiques et moraux.

2. PROCESSUS DE RECRUTEMENT

Engagement de l'agence et de l'équipe d'entreprise:

- Travailler avec les institutions d'enseignement (universités, techniciens, collègues) comme premier point d'entrée dans l'univers pour le poste.
- Utilisez les canaux de médias sociaux de l'agence ou de l'équipe d'entreprise, le cas échéant, pour faire plus de publicité pour l'opportunité.
- Mener des processus de sélection équitables et transparents en fonction du mérite et du potentiel. Soyez clair sur les critères de sélection.

Engagement du Stagiaire:

- Soumettez des candidatures avec un CV professionnel qui est sans erreur, qui se démarque et nous dit pourquoi nous devrions vous choisir plutôt que d'autres candidats.
- Participez aux entretiens et aux évaluations avec professionnalisme et honnêteté.



3. DURÉE DE STAGE

Engagement de l'agence et de l'équipe d'entreprise:

- Offrir des durées de stages qui offrent des expériences d'apprentissage significatives, variant généralement de trois à six mois, notant que certaines agences et équipes d'entreprise offrent des programmes de 12 mois à leur discrétion.
- Envisagez la flexibilité de la durée du stage en fonction des circonstances individuelles et des exigences du programme.
- Payer équitablement et équitablement pour les services fournis. Travailler dans le cadre de la législation sur les relations de travail et agir de manière professionnelle et équitable en tout temps.

Engagement du stagiaire:

- S'engager à la durée totale du programme de stage, en respectant les dates de début et de fin convenues.
- Communiquer rapidement et professionnellement tout problème ou contrainte potentiel concernant la durée du stage.
- Suivre le code de conduite convenu.



4. DÉVELOPPEMENT DE COMPÉTENCES

Engagement de l'agence et de l'équipe d'entreprise:

- Concevoir des séances de formation structurées et des programmes de mentorat pour améliorer les compétences des stagiaires dans les tâches liées aux relations publiques.
- Offrir des possibilités d'expérience pratique et d'exposition à des projets de relations publiques du monde réel

Engagement du stagiaire:

- S'engager activement dans des activités de développement des compétences et chercher des occasions d'appliquer les connaissances nouvellement acquises.
- Prendre l'initiative d'élargir les ensembles de compétences au-delà des tâches assignées, en faisant preuve d'enthousiasme pour apprendre et grandir.



5. COMPENSATION

Engagement de l'agence et de l'équipe d'entreprise:

- Offrir des régimes de rémunération équitables et compétitifs, qui peuvent inclure un salaire mensuel, des allocations, des indemnités de voyage ou d'autres avantages. Sans rémunération, certains candidats peuvent ne pas se permettre d'être stagiaires.
- Offrir une rémunération améliore la capacité de l'agence et des équipes d'entreprise à attirer les meilleurs et les plus brillants candidats, garantissant un avantage concurrentiel dans l'industrie.
- Les stagiaires rémunérés ont tendance à être plus motivés et dévoués à leurs rôles. Ils sont susceptibles d'investir plus d'efforts et de temps dans leurs tâches, ce qui conduit à une productivité et à une qualité de travail plus élevées.
- Une agence de relations publiques ou une équipe d'entreprise qui compense bien ses stagiaires envoie un message positif sur son engagement en faveur d'un traitement équitable et d'un développement professionnel. Cela peut améliorer leur réputation à la fois au sein de l'industrie et parmi les futurs stagiaires potentiels.



Engagement du stagiaire:

- Reconnaître et apprécier la rémunération fournie par l'agence ou l'équipe d'entreprise, en comprenant sa valeur en tant que reconnaissance des contributions des stagiaires.
- S'acquitter des responsabilités et répondre aux attentes de rendement décrites dans l'accord de stage au mieux de leurs capacités.

6. SUIVI ET ÉVALUATION

Engagement de l'agence et de l'équipe d'entreprise:

- Mettre en œuvre un système structuré de suivi et d'évaluation du programme de stages afin de suivre les progrès et l'efficacité.
- Définir des indicateurs de rendement et des critères d'évaluation pour évaluer le rendement et les contributions des stagiaires.
- Établir des mécanismes pour des séances de rétroaction régulières entre les stagiaires et les superviseurs afin d'identifier les domaines à améliorer et de fournir un soutien au besoin.

Engagement du stagiaire:

- Participer activement au processus de suivi et d'évaluation en fournissant une.
- Prenez la critique constructive de manière positive et utilisez-la comme une opportunité de croissance personnelle et professionnelle.
- S'engager à l'amélioration continue en mettant en œuvre les commentaires reçus et en s'efforçant de répondre ou de dépasser les attentes en matière de rendement.



7. EXAMEN ET RÉVISION

Engagement de l'agence et de l'équipe d'entreprise:

- Établir un processus d'examen de la charte du programme de stages à intervalles réguliers, en tenant compte des commentaires des stagiaires et des intervenants de l'agence ou de l'équipe d'entreprise.
- Rester ouvert à la révision de la charte au besoin pour s'adapter à l'évolution des circonstances, améliorer l'efficacité et s'aligner sur les meilleures pratiques de l'industrie.

Engagement du stagiaire:

- S'engager dans le processus d'examen en fournissant des commentaires sur leur expérience de stage et en suggérant des domaines à améliorer dans la charte du programme.
- Adopter les changements et les révisions de la charte, en comprenant qu'ils visent à améliorer l'ensemble du stage l'expérience et son alignement sur les normes de l'industrie en évolution.
- Restez informé de toute mise à jour ou révision de la charte et respectez les lignes directrices et les attentes mises à jour.



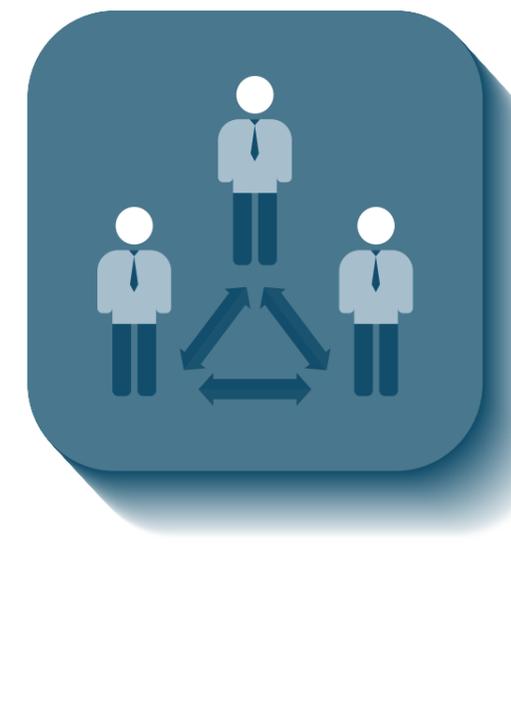
8. OPPORTUNITÉ D'EMPLOI

Engagement de l'agence et de l'équipe d'entreprise:

- Bien que l'emploi permanent ne soit pas garanti après le stage, l'agence ou l'équipe d'entreprise soutiendra activement les stagiaires dans leurs activités d'avancement professionnel au sein ou à l'extérieur de l'agence ou de l'entreprise.
- L'agence ou l'équipe d'entreprise fournira des ressources et Des conseils pour aider les stagiaires à naviguer sur le marché du travail, y compris l'aide à la rédaction de curriculum vitae, à la préparation des entretiens et aux possibilités de réseautage.
- En outre, l'agence ou l'équipe de l'entreprise maintiendra une communication ouverte avec les stagiaires concernant les possibilités d'emploi potentielles au sein de l'organisation, offrant de la transparence tout au long du processus.

Engagement du stagiaire:

- Tout en comprenant que l'emploi permanent n'est pas assuré, le stagiaire s'engage à s'engager pleinement dans les tâches, les projets et les possibilités d'apprentissage assignés pendant la période de stage.
- Le stagiaire cherchera activement des commentaires, du mentorat et des possibilités de croissance au sein de l'agence ou de l'équipe d'entreprise, démontrant une approche proactive du développement des compétences et de l'avancement professionnel.
- En outre, le stagiaire utilisera les ressources fournies par l'agence ou l'équipe d'entreprise pour améliorer sa commercialisation et son employabilité, en s'appropriant sa trajectoire de carrière au-delà de la durée du stage.



PRCA Afrique Réseau d'adhésion et de promotion de l'industrie

PRÉSIDENT DU RÉSEAU

Tracy Jones
Fondatrice et Directeur Manager de Dialogue

MEMBRES DU RESEAU

Claire Williams
Directrice de l'unité commerciale chez Accenture Song

Ima Peter
Chef de l'entreprise : Directeur Commerciale de Razor PR

Nicky James
Directeur Manager de Tribeca Public Relations

Lerato Mpholo
Directeur général de Opinion and Public



Pour plus d'informations veuillez visitez:
<https://www.prca.org.uk/node/2715>

Nous espérons que cette charte est un cadre utile pour créer un programme de stages qui donne la priorité au professionnalisme, à l'inclusivité, à la conduite éthique, au développement des compétences et au traitement équitable au profit des équipes de l'agence ou de l'entreprise et du stagiaire.

Jo Brophy MPRCA

Gestionnaire de l'engagement international, PRCA
jo.brophy@prca.global

 [@PRCA_HQ](#)  [PRCA Africa](#)