

RECRUTEMENT ENSEIGNANT CONTRACTUEL 2d degré

L'Université Paul Sabatier met en œuvre une politique d'égalité et encourage les candidatures de femmes et d'hommes qualifiés, en excluant toute discrimination.

Poste également ouvert aux personnes bénéficiant de la reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé.
Pour faciliter la lecture du document, le masculin générique se réfère aussi bien aux femmes qu'aux hommes.

Référence : CDD/71/MMI

INFORMATIONS GENERALES SUR LE POSTE :

Composante (UFR, Ecole, Institut)	
Nom : IUT TARBES	
Localisation géographique du poste : Département Métiers du Multimédia et de l'Internet, IUT de Tarbes, 1 rue Lautréamont 65000 Tarbes	
Identification du poste à pourvoir	
Discipline ou CNU : 71°section - Communication	
Nature de l'emploi utilisé	<input type="checkbox"/> ENSEIGNANT CONTRACTUEL
Quotité de recrutement :	<input type="checkbox"/> Temps complet <input checked="" type="checkbox"/> mi-temps
Date de prise de fonction :	1er octobre 2022 ou au plus tard 1 ^{er} novembre

PROFIL

Profil court du poste :

Stratégie de communication digitale, plan d'action de communication, rédaction web, community management, réseaux sociaux, référencement, SEO, veille, benchmark, analyse média/audience. L'enseignant.e recruté.e interviendra dans les différentes formations du département, le BUT1, BUT2, LP Com2Web et Miami, et plus principalement dans la licence professionnelle Com2Web et le parcours de S4 Stratégie de communication digitale. Elle ou il prendra une part active dans la définition et la structuration des enseignements en communication digitale du parcours de BUT 3^{ème} année en *Communication digitale, web*

ACTIVITES

Principales et associées

L'enseignant.e contractuel.le recruté.e assurera des enseignements dans le périmètre de :

(1) La Stratégie de communication digitale

- Donner les méthodes et les leviers de la conception d'une stratégie de communication digitale (veille, compréhension du contexte et des objectifs de la communication digitale, analyses et préconisations, mise en œuvre des règles juridiques propres à la rédaction web ou au community management, rédaction d'un cahier des charges, développement progressif d'une démarche de branding personnel, éléments d'analyse KPI)
- Etre capable de concevoir et de mettre en œuvre un design d'expérience utilisateur au travers de la communication d'une marque/entité

(2) Le plan d'action de communication digitale

- Identifier les contraintes propres à la communication digitale de la conception à la mise en œuvre – formats et formes – création de contenus pour les sites web, pour les réseaux sociaux, pour des newsletter
- Apprendre à présenter son travail de communication à un client (présentation de la démarche UX, parcours utilisateurs, stratégie digitale et/ou transmédia, utilisation de mock-up pour mise en situation)
- Produire et gérer les contenus de différents réseaux sociaux et animer les communautés
- Mettre en place, analyser et maintenir une stratégie de référencement global (web et réseaux sociaux)
- Maitriser les outils de production, de veille, de programmation et d'analyse

(3) La gestion de projet de communication digitale

- Connaître les métiers et les contraintes spécifiques de la communication digitale
- Identifier et planifier les différentes phases d'un projet de conception de communication digitale
- Gérer le projet et son déroulement : livrables, chronologies, délais, budgets, intervenants, ...
- Maîtriser les outils de la gestion de projet en communication digitale

La personne recrutée devra participer aux différentes Saé (situations d'apprentissage et d'évaluation) soit en tant que personne ressource sur des questions d'analyse, de veille, de stratégie ou de mise en œuvre de la communication, soit en tant que porteur.se des Saé plus spécifiquement liées à la communication digitale.

Elle pourra également être sollicitée pour accompagner certain.e.s étudiant.e.s dans la réalisation de leur branding personnel en ligne.

Elle devra également encadrer des stages, des alternant.e.s, participer à la communication du département ainsi qu'aux différents évènements qui seront organisés par MMI (JPOs, journées anciens, salons).

Activité administrative

Elle ou il prendra en charge la communication digitale du département et de ses formations, et prendra une part active dans la définition et la structuration des enseignements en communication du parcours de BUT 3^{ème} année en *Communication digitale, web*

COMPETENCES et CONNAISSANCES REQUISES

Le ou la candidat.e devra disposer d'une expérience professionnelle dans le périmètre de la communication digitale et du community management.
Une expérience en enseignement supérieur serait appréciée.

DIPLOME(S) exigé(s)

LICENCE avec expérience pro

MASTER 2

DOCTORAT

CONTACT SUR LE PROFIL t

Département d'enseignement : BUT Métiers du Multimédia et de l'Internet, LP Com2Web, LP MIAMI

Nom du chef de département : Isabelle Bazet

Tél : 0613227115

Courriel : Isabelle.bazet@iut-tarbes.fr

MODALITÉ DE CANDIDATURE

Le dossier de candidature devra comporter les pièces suivantes :

- Un curriculum vitae
- Une lettre de motivation
- Une copie du ou des diplômes exigés
- Une copie d'une pièce d'identité

doit être transmis uniquement sous format numérique **au plus le tard le 22 août 2022** au service des ressources humaines et uniquement par mail l'adresse suivante : service.personnel@liste.iut-tarbes.fr

avec la référence du poste en objet du mail