

Numéro dans le SI local :	724
Référence GESUP :	724
Discipline :	H8010 - Economie et gestion
Profil :	Marketing & gestion de projet
Implantation du poste :	0341089Z - UNIVERSITE MONTPELLIER 3 (PAUL VALERY)
Localisation :	Beziers - Montpellier
Code postal de la localisation :	34000
Etat du poste :	Vacant
Contact administratif :	DRRH Enseignants gestion collective
N° de téléphone :	DRRH-Enseignants gestion collective
Email :	04.67.14.21.11 04.67.14.21.10 drh-enseignants@univ-montp3.fr
Date d'ouverture des candidatures :	25/03/2024
Date de fermeture des candidatures :	24/04/2024, 16 heures 00, heure de Paris
Date de prise de fonction :	01/09/2024
Profil enseignement :	
Composante ou UFR :	ITIC
Référence UFR :	Departement INFOCOM

Le profil détaillé se trouve en page 2 et suivantes



Campagne Enseignant.es du 2d degré 2024
Université Paul Valéry – Montpellier 3

Identification du poste	N° : 724 Discipline : Économie et gestion	Composante : ITIC
Etat du poste	Date de la vacance : 01/09/2024 Motif de la vacance : Création 2023	

Intitulé du Profil du Poste :

Marketing & gestion de projet

Job profile :

Marketing & project management

Lieu(x) d'exercice : Montpellier / Béziers

Equipe pédagogique : Département Information-Communication, ITIC

Nom responsable du département : Sarah Labelle / Frédéric Marty

Email responsable dépt. : sarah.labelle@univ-montp3.fr / frederic.marty@univ-montp3.fr

➤ **filières de formation concernées :**

La personne recrutée enseignera au sein du département information-communication de l'Institut des Technosciences de l'Information et de la Communication (ITIC). Elle interviendra sur l'ensemble des années de la Licence (L1 à L3). Son service s'effectuera principalement sur le site du Centre Universitaire Du Guesclin (Béziers).

Le candidat ou la candidate devra maîtriser les théories et méthodes en marketing et communication. Il/elle sera particulièrement compétent(e) en gestion de projet de façon à pouvoir former les étudiants aux questions économiques et budgétaires dans le cadre d'actions de communication ou de montage de projet.

Il/elle témoignera d'un fort intérêt pour les nouvelles pratiques médiatiques et numériques. Il/elle sera par conséquent capable de concevoir, réaliser et mettre en œuvre des dispositifs pédagogiques (notamment numériques) permettant aux étudiants d'expérimenter des pratiques professionnelles de communication numérique, de les analyser et de les évaluer. Ces dispositifs hybrides et innovants pourront être mis en place pour l'apprentissage en présentiel et à distance. Il sera demandé au candidat ou à la candidate un fort investissement dans les activités pédagogiques et administratives.

➤ objectifs pédagogiques :

Les interventions pédagogiques sont attendues, notamment, dans les domaines suivants :

- Marketing et e-marketing
- Audit de communication interne
- Veille stratégique
- Initiation aux méthodologies qualitatives et quantitatives (audiences web, analytics)
- Méthodes de travail en communication (création de portfolio, dynamique de travail)
- Gestion de projet de communication