

# Chargé(e) de projet communication, marketing et commercial

Offre d'emploi d'Université de Paris : PH706

Direction Générale Déléguée des Études, de la  
Formation et de l'Innovation pédagogique (DEFI)

## Cadre de l'offre d'emploi

Catégorie A, BAP F, INGENIEUR D'ETUDES  
(RECH ET FORM)

## Emploi-type REFERENS

Chargé-e de communication

## Date de la publication

17/03/2021

## Date souhaitée de prise de fonction

01/04/2021

## Localisation du poste (ou site)

Campus Grands Moulins

## REJOINDRE UNIVERSITÉ DE PARIS

Ancrée au cœur de la capitale, Université de Paris figure parmi les établissements français et internationaux les plus prestigieux grâce à sa recherche de très haut niveau, ses formations supérieures d'excellence, son soutien à l'innovation et sa participation active à la construction de l'espace européen de la recherche et de la formation.

Labellisée Idex depuis mars 2018, Université de Paris s'appuie sur ses enseignants, ses chercheurs, ses enseignants-chercheurs, ses personnels administratifs et techniques, ses étudiants, pour développer des projets scientifiques à forte valeur ajoutée, et former les hommes et les femmes dont le monde de demain a besoin.

Des sciences exactes et expérimentales aux sciences humaines et sociales, en passant par la santé, Université de Paris a fait de l'interdisciplinarité un marqueur fort de son identité.

Elle compte aujourd'hui 64 000 étudiants, 7 500 personnels, 138 laboratoires, répartis au sein de ses trois grandes Facultés en Santé, Sciences et Société et Humanités et de l'institut de physique du globe de Paris.

Rejoindre Université de Paris c'est faire le choix de l'exigence et de l'engagement au service de valeurs fortes ; celles du service public, de la rigueur scientifique et intellectuelle mais aussi de la curiosité et de l'ouverture aux autres et au monde.

## RÉSUMÉ DU POSTE

Elaboration de la stratégie de communication de la formation professionnelle et réalisation de sa mise en œuvre, en cohérence avec la stratégie générale de l'établissement et de la Direction Générale Déléguée des Etudes, de la Formation et de l'Ingénierie pédagogique, en collaboration avec la Direction de la Communication et les facultés.

Le.la chargé.e de projet du pôle FCU intervient principalement de façon transversale sur tous les aspects métiers de la communication, du marketing et du commercial. Chef d'orchestre, il est tour à tour stratège, créatif, rédacteur, producteur, conseiller... La polyvalence de la fonction sollicite diverses connaissances, compétences techniques et savoir-être pour mener à bien les projets au sein de l'université.

Les différents volets ci-dessous nécessitent une réflexion et un positionnement stratégique pour la promotion de la formation professionnelle en termes de communication, de marketing et d'actions commerciales.



## PRÉSENTATION DE LA DIRECTION/STRUCTURE D'ACCUEIL DU POSTE

Le pôle FCU se situe au sein de la DEFI (Direction des Etudes, de la Formation et de l'innovation pédagogique). La DEFI a pour missions de mettre en cohérence l'offre de services, animer administrativement une politique concertée de formation, simplifier et fluidifier les interactions entre services et vis-à-vis des facultés et composantes, venir en appui aux formations et aux étudiants.

Le Pôle FCU met en œuvre l'action stratégique de l'université en matière de formation professionnelle et continue (formations qualifiantes, DU-DIU, préparation agrégation...) et apporte ses compétences aux équipes de formation continue des composantes pour la constitution d'une offre répondant aux besoins des entreprises et des institutions partenaires (OPCO...).

Le Pôle FCU a pour missions principales l'accompagnement à la création des formations professionnelles continues (DU/DIU et Formations Qualifiantes) ; le développement de l'expertise en ingénierie de la formation ; l'accompagnement dans le cadrage d'une politique tarifaire et d'évaluation des coûts ; l'animation de la dématérialisation des processus dans une optique de service à l'utilisateur ; la mise en œuvre de la politique qualité de l'organisme de formation ; l'animation et la professionnalisation du réseau des correspondants Formation Continue au sein des Facultés/UFR ; la fiabilisation des données ; l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie Marketing/Communication de promotion de la Formation Continue ; la référencement l'offre de formation.

## DESCRIPTIF DES ACTIVITÉS

Gestion du site web de la formation professionnelle

- Adapter sa structure aux évolutions, enjeux de l'établissement et aux obligations légales tout en respectant la charte graphique
- Animer régulièrement le contenu du site internet
- Solliciter les acteurs de la formation professionnelle et répondre à leurs demandes pour la production de contenus
- Faire de la veille et être force de proposition pour une meilleure visibilité sur le Web

Pilotage du référencement de l'offre de formation

- Réalisation de benchmark et être force de proposition pour la mise en place d'opérations de nouveaux partenariats ou d'opérations de référencement, suivi des contrats avec les prestataires de référencement
- Contrôle qualité des informations sur les différentes interfaces web en cohérence avec le catalogue de formation en ligne Ametys
- Référencement naturel, SEO
- Réaliser les ROI et REX

Conception et réalisation de produits marketing et de communication

- Etre force de proposition sur les différentes opérations à mener
- Réflexion autour de nouveaux outils de communication innovants pour la formation professionnelle et mise en œuvre des opérations en mode projet
- Pilotage du projet « supports de promotion » : mise en œuvre 2021 et réflexion sur la standardisation du concept pour 2022
- Pilotage du projet de « catalogue numérique de la formation professionnelle »
- Conception et réalisation de motion design par thématique en collaboration avec les facultés (via l'équipe studio de l'université pour la production opérationnelle)
- Conception et réalisation de vidéos promotionnelles
- Conception et rédaction d'articles promotionnels et d'actualités à destination du web ou de la presse



- Réalisation des campagnes de mailings
- Opérations de communication sur les réseaux sociaux en lien avec la community manager de l'établissement

Développement d'une stratégie pour les relations presses et gestion des partenaires médias

Pilotage commercial

- Réalisation de veille stratégique concernant les autres établissements de formation professionnelle et positionnement de la stratégie commerciale
- Création et suivi de la base de données de la formation professionnelle et entretien des relations commerciales
- Réalisation et suivi de mailings
- Mise en œuvre des actions promotionnelles et commerciales
- Travail collaboratif avec les équipes d'ingénierie formation pour la mise en place d'une offre adaptée aux réalités du marché (veille, benchmark, opérations marketing et commerciales)
- Recueil et analyse du besoin des entreprises partenaires de la formation professionnelle
- Stratégie de promotion des formations intra et formations sur mesure

Gestion des manifestations

- Réalisation de benchmark et choix des manifestations les plus pertinentes
- Travail en mode projet : rétro planning, budget, gestion des prestataires, communication interne et externe, logistique, gestion administrative, coordination terrain

**Encadrement : non**

### **Conditions particulières d'exercice**

La production de supports créatifs est déléguée aux graphistes de la direction de la communication de l'établissement. La liste des missions n'est pas exhaustive.

Le poste est situé au sein d'une équipe de deux personnes au département « valorisation de la formation continue » du pôle FCU. Il y a une collaboration étroite avec la chargée d'édition en place.

Le pôle Formation Tout au Long de La Vie (FTLV) est également dédié à la formation professionnelle de l'établissement. Le chargé de communication, marketing et commercial travaille en position transverse pour ce pôle également. Le rattachement hiérarchique se fait avec la directrice du pôle FCU.

### **PROFIL RECHERCHÉ**

**Connaissances :**

- Connaissance de l'offre de formation d'Université de Paris, de la réglementation et des dispositifs de formation continue (à acquérir)
- Connaissance des opérations, techniques et outils relatifs à la communication et au marketing
- Connaissance éprouvée du web et de ses enjeux
- Techniques commerciales

**OUTILS:**

- Maîtrise des technologies de l'information et de la communication, particulièrement sur le Web,
- Maîtrise de WordPress
- Maîtrise des logiciels courants de bureautique
- La maîtrise de la suite ADOBE est un plus notamment InDesign



**Savoir-faire - Compétences opérationnelles :**

- Travail en mode projet et en position transverse
- Travail collaboratif
- Aisance rédactionnelle, esprit de synthèse
- Tacticien, curieux

**Savoir-être – Compétences comportementales :**

- Sens relationnel et diplomatie
- Pugnacité
- Autonomie, prise d’initiative
- Organisé, méthodique, rigoureux
- Ecoute

**Niveau de diplôme souhaité (le cas échéant) :**

Niveau I - Bac+5, Master, diplôme d’ingénieurs ou diplôme équivalent et Bac+8 Doctorat ou diplôme équivalent

**MODALITES DE CANDIDATURE**

Pour proposer votre candidature, envoyez votre CV et lettre de motivation par mail en rappelant la référence de l’offre à [drh.recrutement@u-paris.fr](mailto:drh.recrutement@u-paris.fr).

Pour retrouver toutes nos offres d’emploi, rendez-vous sur <https://u-paris.fr/les-offres-demploi-duniversite-de-paris/>.