

Chargé-e de communication interne et réseaux sociaux

Direction générale déléguée de la Faculté de Santé
(DFSA)

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 prise de fonction

12/12/2022

Localisation du poste (ou site)

Valette

Corps et nature du concours

IGE Interne

REJOINDRE UNIVERSITÉ DE PARIS CITE

Issue du rapprochement des Universités Paris Descartes et Paris Diderot et intégrant l'Institut de physique du globe de Paris, Université Paris Cité propose, sur le territoire parisien, une offre de formation pluridisciplinaire des plus complètes et des plus ambitieuses en recherche, tout en ayant un fort rayonnement international.

Présente sur plus de 20 sites, dont 11 à Paris, 7 en Île-de-France, et 3 en outre-mer, Université de Paris vous attend avec plus de 200 métiers et de vastes perspectives de parcours professionnels. En tant qu'employeur responsable, elle s'engage à favoriser la qualité de vie au travail, l'inclusion professionnelle et l'innovation individuelle et collective.

RÉSUMÉ DU POSTE

Transverses aux différents pôles et aux UFR, cette fonction est un véritable moteur pour accompagner les activités des Facultés au plus près des agents – enseignants, chercheurs, Biatss - et les objectifs stratégiques concourant à la construction des Facultés.

Être force de proposition, impulser et valoriser des projets, suggérer des idées, apporter une expertise communication à 360°... C'est le quotidien que nous proposons à ce chargé-e de communication. Les objectifs sont de relayer la stratégie de la Faculté auprès des collègues, d'accompagner et « faire savoir » le changement et d'assurer une collaboration étroite avec la Direction de la Communication tout comme les chargés de communication dans les 2 autres Facultés.

PRÉSENTATION DE LA DIRECTION/STRUCTURE D'ACCUEIL DU POSTE

Forte de ses 27 400 étudiant.e.s, 46 laboratoires de recherche et 5 700 chercheur.e.s, enseignant.e.s/chercheur.e.s, personnels administratifs et techniques, la Faculté de Santé est une des trois grandes facultés de l'Université de Paris. Elle est constituée de cinq composantes dont la force et le potentiel, au sein d'une même entité, la distingue tout particulièrement en France et en Europe. Actuellement en structuration, la Faculté Santé regroupera 7 pôles qui accompagneront l'activité des UFR, leurs départements formation et leurs plateformes de recherche :

- Pôle Pilotage de la Recherche
- Pôle Formation et Vie étudiante
- Pôle Vie institutionnelle et RH
- Pôle Développement économique et innovation partenariale
- Pôle Finances et contrôle interne
- Pôle Relations internationales



. Pôle Organisation et qualité

Chaque direction de pôles participe à la construction et à la structuration facultaire avec pour ambition la performance administrative au service des usagers étudiants, enseignants, chercheurs et personnels. C'est ainsi qu'une offre de services adaptés, aux usagers de la Faculté et donc aux UFR de santé qui la composent, est à développer dans ce mouvement de transformation continue définissant progressivement l'échelon le plus pertinent de l'action administrative facultaire

DESCRIPTIF DES ACTIVITÉS

Missions :

- promouvoir l'image et les valeurs de la Faculté et ses UFR, des Facultés et par extension d'UP
- diffuser les messages stratégiques et l'information au bon moment, au bonne cible
- optimiser la communication sur les réseaux sociaux professionnels utilisés par les agents UP

Activités :

- Participer activement à la création d'un plan de communication interne
- Décliner le plan de communication interne global en lien avec la Direction de la communication, les 2 autres facultés et les chargés de communication en UFR
- Co-concevoir les plans d'action de communication selon les projets stratégiques de la Faculté et en collaboration étroite avec les parties prenantes internes (studio graphique et vidéo des UFR, de la Direction de la communication...) et externes (agence de communication)
- Participer aux prises de briefs et élaboration de briefs
- Mesurer les actions de communication
- Élaboration/Rédaction de contenus éditoriaux
- Définir des messages clés selon les différentes cibles internes et les canaux de diffusion adaptés en lien avec les UFR
- Co-concevoir des supports multi-canal (web, print, affichage digital...) visant à informer, fédérer et susciter l'adhésion aux projets et à la culture de la Faculté et d'UP
- Contribuer à l'organisation d'événements internes en soutien aux UFR
- Contribuer à la mise en place d'événements internes et à la définition/recherche de nouveaux concepts

Encadrement : non

Conditions particulières d'exercice

Pics d'activité en fonction des périodes de l'année universitaire

PROFIL RECHERCHÉ

Connaissances :

Sciences de l'information et de la communication
Technique de communication
Cadre légal et déontologique sur internet
environnement et réseaux professionnels
Outils numériques et leurs usages

Savoir-faire - Compétences opérationnelles :

Rédiger des messages / Supports adaptés aux différents publics
Jouer un rôle de conseil ou d'aide à la décision



Savoir représenter l'établissement
Travailler en équipe
Mobiliser et animer les collectifs
Savoir planifier et respecter les délais
Gérer les situations d'urgence
Assurer une veille métier

Savoir-être – Compétences comportementales :

Qualités rédactionnelles et de synthèse reconnues
Esprit d'équipe et aisance relationnelle
Créatif et force de proposition
Sens de l'organisation, autonomie
Curieux, enthousiaste, agile avec un bon sens de l'humour ☐