

INTITULE DU POSTE
Chargé·e de communication

Corps : Ingénieur d'études – IGE

Nature du concours : Externe

BAP : F – Culture, Communication, Production et diffusion des savoirs

Famille professionnelle : Médiation scientifique, culture et communication

Emploi type : Chargé·e de communication – F2B49

Nombre de postes offerts : 1

Localisation du poste : Fondation A*Midex – Marseille – Campus Centre

ACTIVITES PRINCIPALES

Ce poste requiert sur les différents enjeux suivants :

Les enjeux en recherche :

- Être un lieu d'émergence de nouvelles collaborations inter-équipes, disciplinaires ou interdisciplinaires
- Avoir une démarche prospective de sa thématique scientifique et accompagner sa réalisation

Les enjeux de formation :

- Instaurer un lien fort formation/ recherche pour former les nouvelles générations de scientifiques sur le modèle des écoles graduées
- Intégrer une dimension internationale

Les enjeux d'attractivité :

- Faire émerger et attirer des talents (étudiants nationaux et internationaux, ingénieurs de recherche, enseignants-chercheurs et chercheurs)
- Attirer autour de la thématique de l'institut et le faire rayonner en le positionnant à l'international et en renforçant ses liens avec des partenaires académiques privilégiés Innovation / axe socio-économique et culturel

Les enjeux partenariaux :

- Développer des actions de formations professionnalisantes
- Collaborer avec les acteurs de l'innovation
- Valoriser les plateformes technologiques

Au sein de la Fondation A*Midex, en relation étroite avec la direction de la communication et l'ensemble des instituts d'établissement labellisés, le/la chargé-e de communication :

- Propose l'élaboration de plans de communication globaux et spécifiques
- Promeut l'activité des instituts via les outils de communications institutionnels (magazines, newsletters, réseaux sociaux, alimentation web, rédactionnel presse)
- Assure un rôle de conseil en matière de communication
- Co-organise des manifestations institutionnelles et évènementielles - cette dimension comprend la coordination de l'organisation scientifique et logistique de colloques, séminaires, congrès, de dimension locale, nationale ou internationale
- Participe à l'organisation d'animations favorisant les interactions entre les instituts et avec les autres composantes de l'université et tous publics
- S'insère dans les réseaux de communication interne et externe existant et les développe
- Évalue les actions de communication et leur pertinence

POSITIONNEMENT HIERARCHIQUE

Le/La chargé-e de communication exerce ses activités sous l'autorité hiérarchique de la Responsable communication de la Fondation A*Midex.

COMPETENCES REQUISES

Connaissances

- Langue anglaise : B2 (cadre européen commun de référence pour les langues)
- Connaissances des enjeux de la recherche
- Expérience en matière de management de projet et animation de groupes de travail

Compétences opérationnelles

- Maîtrise des techniques d'information et de communication print et digitale
- Maîtrise des logiciels spécifiques à l'activité (suite Adobe)
- Veille métier, en particulier sur le développement du numérique et de l'information en ligne

Compétences comportementales

- Aptitude confirmée de travail en équipe
- Disponibilité et mobilité
- Empathie et qualités relationnelles
- Sens de la diplomatie
- Sens des initiatives et force de propositions
- Sens de l'analyse et capacité de synthèse
- Aptitudes rédactionnelles
- Réactivité

ENVIRONNEMENT ET CONTEXTE DE TRAVAIL

Dans le contexte décrit, Aix-Marseille université a fait le pari de l'interdisciplinarité et de l'innovation, deux priorités transverses de la politique universitaire. Au croisement de la recherche et de la formation, les 21 Instituts d'établissement labellisés, sont de nouveaux objets s'appuyant sur les unités de recherche et les composantes de l'université. La singularité des Instituts d'établissement est d'associer enseignement et recherche.

Le/La chargé·e de communication scientifique participe à la définition de la stratégie de communication des instituts d'établissement et la met en œuvre, en lien avec les 21 équipes des Instituts d'établissement labellisés. En soutien direct des équipes de recherches et pédagogiques des instituts, il/elle développe des actions et outils de communication visant à accroître la notoriété des instituts et l'image d'Aix-Marseille université et de ses partenaires.

Environnement très évolutif nécessitant d'être en veille et de s'adapter en permanence.

Encadrement : Non

Conduite de projet : Oui

Pour le Président et par délégation
Le Directeur des Ressources Humaines



Guillaume PIANEZZE