

*Nîmes Université recrute un.e*

## Chargé.e de communication

|                                                                                                |                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Catégorie / corps équivalent                                                                   | Ingénieur d'études                                                                |
| Fiche REFERENS<br>RÉFérentiel des Emplois-types de la Recherche et de l'ENseignement Supérieur | F2B49 - Chargé-e de communication                                                 |
| Encadrement                                                                                    | NON                                                                               |
| Type de recrutement                                                                            | Concours                                                                          |
| Affectation                                                                                    | Nîmes Université –<br>Site de Vauban – Rue du Docteur Georges Salan – 30021 Nîmes |
| Quotité de travail                                                                             | 100%                                                                              |
| Prise de fonction                                                                              |                                                                                   |

### I. Présentation de l'université

Nîmes Université compte environ 6000 étudiants répartis dans 5 facultés (Droit Economie Gestion, Design, Lettres Langues Histoire, de Psychologie et des Staps, Sciences) et 3 sites.

### II. Présentation du service

Le service communication de Nîmes université compte deux agents dont une responsable de service. Il assure la communication de l'intégralité des missions de l'université (deux chargés de communication sont rattachés à la direction de la recherche et au service de formation continue).

Le service communication est placé sous l'autorité hiérarchique de la Directrice Générale des Services et l'autorité fonctionnelle du Directeur de Cabinet.

Le service communication est en charge de la communication 360 de l'établissement (relations presse, web, digital, RS, print...) et de l'ensemble de ses composantes (facultés, unités de recherche, services et directions).

### III. Description du poste

#### Missions

Sous l'autorité de la responsable du service communication, le/la lauréat.e sera positionné sur des missions très variées, le nombre de personnels rend nécessaire une grande polyvalence et une grande expertise de l'ensemble des champs de la communication.

Dans ce cadre, il/elle devra proposer et mettre en œuvre des actions de communication interne et externe adaptées aux différents publics, en cohérence avec la stratégie générale de l'établissement.

Il/elle assurera l'accompagnement des facultés, UPR, et de la direction sur certains dossiers.

## Activités principales

Contribuer à l'élaboration de la stratégie de communication et à sa mise en œuvre  
Élaborer, mettre en œuvre la politique éditoriale de la structure notamment sur internet  
Réaliser des produits et supports de communication  
Gérer des projets : cahier des charges, budget, coordination, suivi financier, juridique et logistique, évaluation, recours à des prestataires externes  
Organiser des manifestations institutionnelles ou évènementielles  
Entretenir et développer des réseaux de communication internes et externes  
Assurer un rôle de conseil en matière de communication  
Assurer des relations suivies avec les médias  
Gérer la communication de crise  
Suivre la qualité et des délais des travaux sous-traités  
Mise en œuvre SEO, SEA, SEM  
Suivi, évolutions, mises à jour de l'application (UX Design)  
Création de sites web  
Contribuer à la visibilité de l'établissement sur le web (site, RS...)  
Community management  
Rétablissement et mise à jour des différents annuaires

## Compétences requises

### Connaissances – Savoirs

La personne recrutée devra avoir une parfaite connaissance de l'environnement professionnel de l'enseignement supérieur et de la recherche.

Elle devra maîtriser et être parfaitement autonome sur :

- Les outils de création et la suite ADOBE ;
- Le fonctionnement des réseaux sociaux et les stratégies de visibilité à adopter ;
- La communication digitale et le web ;
- Les relations presse (rédaction de communiqués, organisation de conférences de presse, création de nouveaux liens privilégiés) ;
- Les principales méthodes de SEO, SEA, SEM et les déclinaisons IA ;
- La réglementation applicable aux principales activités de communication (droit à l'image, protection des données, droit de la propriété intellectuelle, réglementation et bonnes pratiques de l'IA) ;
- La création graphique de supports de tous formats (print et digital) ;
- La création de supports vidéos ;
- La valorisation de l'identité de marque et recommandations stratégiques associées ;
- L'organisation de sessions de media training ;
- L'édition de document de communication récurrents en interne et en externe ;
- L'animation de réseaux professionnels internes et externe (relais de l'établissement, consortiums thématiques de pairs hors établissement).
- Les fondamentaux de la communication de crise
- Le mode de fonctionnement des administrations publiques
- Le domaine de l'enseignement supérieur et de la recherche, au niveau local, régional et national
- Maîtrise de l'anglais

### Savoir-faire

La personne recrutée doit être en mesure de s'approprier rapidement les modes de fonctionnement de Nîmes Université et notamment démontrer sa capacité à :

- Élaborer, déployer et évaluer des stratégies et plans de communication en cohérence avec les orientations de l'établissement.
- Conseiller la gouvernance, les directions et les composantes sur leurs enjeux de communication et leurs prises de parole.
- Analyser des situations complexes et proposer des dispositifs de communication adaptés aux différents publics et enjeux.
- Concevoir et piloter des projets de communication transversaux impliquant de multiples parties prenantes.

- Élaborer des messages institutionnels à forts enjeux et assurer la cohérence de la ligne éditoriale de l'établissement.
- Anticiper les risques réputationnels et concevoir des dispositifs de communication adaptés aux situations sensibles ou de crise.
- Piloter et évaluer des dispositifs de communication multicanaux, en s'appuyant sur les données et les indicateurs de performance.
- Assurer une veille stratégique sur les évolutions des usages, des médias, du numérique et des pratiques de communication, notamment liées à l'intelligence artificielle.
- Animer divers événements de l'établissement à destination des étudiants, des professionnels ou du grand public.
- Evaluer et hiérarchiser les priorités

## **Savoir être**

La personne recrutée devra démontrer les qualités suivantes :

- Sens stratégique
- Esprit d'analyse et de synthèse
- Sens de l'organisation et capacité à respecter les délais
- Force de proposition
- Diplomatie
- Sens politique et institutionnel
- Capacité à exercer un devoir d'alerte
- Écoute
- Aisance relationnelle
- Capacité à fédérer
- Réactivité
- Sang-froid
- Rigueur
- Autonomie
- Adaptabilité
- Créativité
- Curiosité professionnelle
- Sens du service public
- Loyauté et discrétion professionnelle
- Sens des responsabilités
- Capacité à travailler en transversalité
- Capacité à la prise de parole en public
- Pédagogie