

ANNONCE EXTERNE

**Directeur/Directrice du marketing Opérationnel et de la communication**

* **Présentation CentraleSupélec :**

Crée le 1er janvier 2015, CentraleSupélec est un Établissement Public à Caractère Scientifique, Culturel et Professionnel, regroupant l’Ecole des Arts et Manufactures (Centrale Paris) et l’Ecole supérieure d’électricité (Supélec).

CentraleSupélec se compose de 3 campus situés à Paris-Saclay (Gif-sur-Yvette, Essonne), à Metz (Moselle) et à Rennes (Ille-et-Vilaine). Elle est à la tête d’un réseau international avec 3 campus en Chine, en Inde et au Maroc.

CentraleSupélec est une référence dans les domaines de la formation des ingénieurs généralistes de haut niveau, et de la recherche en Sciences de l’Ingénieur et des Systèmes.

Centrale Supélec rassemble 4 300 étudiants dont 3 200 élèves ingénieurs et 30% d’étudiants étrangers, 500 doctorants, 70 post-doctorants, 67 chercheurs, 370 enseignants et enseignants chercheurs, et 450 personnels non enseignants.

Classée parmi les meilleures universités au monde, et pour l’employabilité de ses diplômés, CentraleSupélec jouit d’un réseau de 35 000 diplômés en activité, dans tous les secteurs et sur les 5 continents.

CentraleSupélec est membre-fondateur de l’Université Paris-Saclay et préside le Groupe École Centrale.

* **MISSIONS GENERALES DU POSTE :**

Le/la Directeur/trice du marketing opérationnel et de la communication conçoit, met en œuvre et pilote la politique de marketing opérationnel et de communication de CentraleSupélec.

Au titre du marketing opérationnel, il/elle :

* Propose un plan marketing destiné à promouvoir les offres, notamment de formation et recherche de CentraleSupélec, auprès des cibles concernées (étudiants à recruter, entreprises, financeurs…) dans le cadre des objectifs qualitatifs (nature du recrutement étudiant), et quantitatifs (nombre de profils, développement du chiffre d’affaires…) fixés dans le projet annuel de performance ; ce plan inclura en particulier un volet sur la promotion des campus de province ;
* Met en œuvre ce plan et en rend compte. A ce titre, il/elle décline de manière opérationnelle ce plan en fonction des cibles visées (évènements, digital, publications, etc…). Il/elle définit dans ce cadre les médias pertinents, les outils promotionnels, les argumentaires marketing ;
* Contribue en tant que de besoin à des plans de marketing-communication spécifiques par exemple pour la campagne de levée de fonds de la Fondation, la structuration de la Graduate School Ingénierie et Systèmes, l’incubateur CentraleSupélec, etc.

Au titre de la communication, il/elle :

* Élabore et coordonne toutes les actions visant à promouvoir l’image de marque et les valeurs de CentraleSupélec en s’appuyant sur le travail réalisé de positionnement de la marque et l’identité de l’École ;
* Promeut la marque employeur ;
* Élabore et coordonne les actions permettant de décliner la stratégie de la direction générale vers les personnels, d’accompagner le changement et la réalisation des projets, de gérer la communication de crise et de promouvoir les valeurs de l’École auprès des personnels ;
* Conçoit et suit les indicateurs permettant de mesurer l’efficacité des actions engagées et l’atteinte des objectifs fixés, dans le cadre du plan annuel de performance.

Le/la directeur/trice du marketing opérationnel et de la communication est membre du CODIR. Il/elle travaille en lien étroit avec la Fondation CentraleSupélec et toutes les directions de l’École, et notamment la direction des études stratégiques, la direction des relations internationales, la direction des études, la direction de la recherche, la direction des relations entreprises et du développement, la direction des ressources humaines et les directions des campus de province.

Le/la Directeur/trice du marketing opérationnel et de la communication est rattaché(e) hiérarchiquement à la Direction Générale.

Il/elle s’appuie sur une Directrice Adjointe, plus particulièrement chargée de la communication interne, une équipe de 7 personnes (2 chefs de projet communication, 4 personnes chargées de la production de contenu et 1 assistante), ainsi que les référent/e/s communication sur les campus de province et leurs équipes.

**PRINCIPALES ACTIVITES :**

Mise en forme et valorisation des offres de formation, de recherche et de transfert de l’établissement en contenus (argumentaires, rédactionnels) et supports (web, plaquettes, etc.)

* En lien avec la Direction des Études Stratégiques : identification des facteurs différentiant et attribut de valeur des offres de CentraleSupélec à promouvoir auprès des publics concernés.
* En lien avec la Direction des Études, le Directeur de la Graduate School Ingénierie et Systèmes de l’Université Paris-Saclay que CentraleSupélec coordonne, et le Directeur des Relations Internationales : mise en forme et diffusion des offres de formation vers les candidats potentiels en France et à l’international ; organisation des évènements qui se prêtent à cette diffusion (campagne CPGE, tournées dans les universités, forums, etc.).
* En lien avec la Direction des Relations Entreprises et de la Valorisation : mise en forme et diffusion des offres partenariales vers les entreprises ; partage d’utilisation de la base CRM mise en place à cet effet.
* En lien avec la Direction de la Recherche : mise en forme et diffusion des offres dans ce domaine et valorisation des productions vers les communautés scientifiques.
* En lien avec les Directions des campus de province : mise en place des campagnes de communication spécifiques, notamment à destination des acteurs territoriaux et des élèves.

Diffuser vers toutes ses parties prenantes, internes ou associées, les éléments d’actualité de l’établissement et de ses communautés (élèves, personnels, laboratoires, alumni, etc.) :

* Marketing opérationnel (promotion) et communication externe vers les étudiants de tous profils (français, internationaux). A ce titre, déploiement d’un volet web marketing (site internet en Anglais au meilleur niveau des standard international, outils promotionnels vers les étudiants étrangers…),
* Communication institutionnelle vers les pouvoirs publics définie avec la Direction Générale,
* Garantir la qualité de la communication interne – diffusion des actualités, notes réglementaires, organisation des évènements, etc.,
* Assister la fondation CentraleSupélec dans ses campagnes de levée de fonds,
* Diffuser les informations vers l’association des alumni, les partenaires économiques et académiques et relayer vers l’interne toutes les actualités importantes du domaine.

Contribuer à la visibilité et à la valorisation de l’image générale de l’École vis-à-vis de toutes les parties prenantes externes (grand public, monde académique et industriel en France et à

l’étranger…) :

* Construction de l’image associée à la marque CentraleSupélec et de la stratégie pour la projeter,
* Politique de marque de l’École,
* Valorisation de l’image de l’École dans la communication grand public,
* Présence de l’École dans les médias de grande diffusion et au sein des médias sociaux,
* Élaboration des dossiers destinés aux organismes de classement nationaux (l’Étudiant, le Figaro…) et internationaux (Shanghai, THE, QS, etc.).

Organiser les évènements qui participent de ces missions.

Participer en tant que de besoin aux enseignements relevant du marketing opérationnel et communication auprès des étudiants de CentraleSupélec.

* **Compétences :**
	+ Savoir-faire (compétences techniques opérationnelles, méthodologiques & organisationnelles) :
* Professionnel/le de la communication et du marketing opérationnel, et des outils liés, en particulier digitaux (une expérience du marketing digital est souhaitée)
* Bonne expérience de l’enseignement supérieur, du système des grandes écoles et des universités en France et à l’international, et de leurs marchés
* Compétences managériales éprouvées
* Grandes qualités rédactionnelles et relationnelles
* Des expériences à l’international seraient appréciées
* Anglais fluent, niveau C1+
	+ Savoir-être (compétences relationnelles & comportementales) :
* Capacité à bien communiquer en interne, qualité d’écoute et de leadership
* Capacité à convaincre, à travailler en équipe et à piloter des équipes, y compris en environnement multisites
* Créativité
* Capacité à évoluer dans des communautés de nature très diverses, dans des environnements multiculturels et internationaux
* **Profil souhaité** : Diplômé(e) d’un Bac +5.

 Expérience confirmée requise dans des fonctions similaires.

* **Divers :**
	+ Lieu de travail : Gif sur Yvette (Essonne)
	+ Date de début : Dès que possible
	+ Statut : catégorie A – Fonctionnaire ou contractuel (CDI)
	+ Rémunération : Selon expérience.

**Pour candidater, merci d’adresser une lettre de motivation et un CV à la Direction des ressources humaines à l’adresse email suivante :** recrutement@centralesupelec.fr

**Contact recrutement :** Mme ANGELES

**Adresse :** Plateau de Moulon – 8/10 rue Joliot Curie – 91190 Gif sur Yvette