



**L'Université de Picardie Jules Verne recrute :
UN PROFESSEUR CONTRACTUEL A TEMPS COMPLET**

Spécialité : ECONOMIE- GESTION Management/ marketing

Emploi : PRCE 434

Profil :

Du 1^{er} septembre 2024 jusqu'au 31 août 2025

Affectation : IUT Amiens – département GEA

Conditions de recrutement :

Le recrutement est ouvert, de préférence, aux personnes titulaires du titre universitaire Master 2 et / ou aux personnes titulaires d'un doctorat

ET

ayant une qualification / expérience professionnelle dans le domaine d'enseignement

Pièces à fournir pour la candidature :

- lettre de motivation,
- *curriculum vitae* détaillé
- copie d'une pièce d'identité
- copie(s) du ou des diplômes
- toute autre pièce jugée utile par le candidat

Durée du contrat :

- Le présent contrat est à durée déterminée du 1er septembre 2024 au 31 août 2025
Il pourra donner lieu à reconduction en fonction des nécessités
- Le premier mois du contrat sera considéré comme période d'essai. Tout licenciement prononcé au cours de cette période ne peut donner lieu à un préavis ni au versement d'une indemnité

Rémunération :

Pour les candidat(e)s titulaires d'un master, la rémunération sera calculée sur la base de **l'indice brut 469**
Pour les candidat(e)s titulaires d'un doctorat, la rémunération sera calculée sur la base de **l'indice brut 500**

Obligations de service :

Le service statutaire est calculé sur une base annuelle de 384 heures équivalent TD (temps complet).

INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

Enseignement :

Selon le programme national du Bachelor GEA, les modules susceptibles d'être disponibles sont :

1.2.1. SAÉ 1.01 : Situer une organisation dans son environnement

Compétence ciblée :

- Analyser les processus de l'organisation dans son environnement

Objectifs et problématique professionnelle :

Problématique professionnelle

Processus de gestion et de décision sont influencés par les caractéristiques de l'organisation (secteur d'activité, statut) et ses environnements.

Il s'agit de répondre à la question : « Comment les environnements agissent sur la structuration et les pratiques de gestion d'une organisation ? »

Tout gestionnaire peut exercer dans des structures de forme, de taille, de secteurs d'activité très différents et est donc amené à intégrer ces éléments dans son activité quotidienne.

Le travail amène l'étudiant à :

- Prendre en compte de l'environnement socio-économique et juridique de l'organisation,
- Prendre en compte du cadre légal et des procédures de l'organisation,
- Identifier de l'impact de ces environnements sur les processus de gestion,
- Analyser de l'impact de la structure interne de l'organisation (statut, activité, partenaires, histoire) sur les décisions de gestion à prendre.

Les objectifs de la SAÉ sont d'amener l'étudiant à :

- Identifier les éléments d'environnement qui impactent l'organisation,
- Caractériser une organisation (secteur, statut, activité, besoins et partenaires de l'organisation),
- Identifier les processus de gestion en vigueur dans l'organisation,
- Identifier les relations qui existent entre l'organisation et ses parties prenantes,
- Identifier les critères permettant de mesurer la performance de l'organisation dans son environnement .

La prise en compte de l'ensemble de ces éléments conduira à produire une représentation de l'organisation mettant en avant ses singularités et leur impact sur les processus de gestion.

Descriptif générique :

la méthodologie employée :

- S'imprégner de l'environnement de l'organisation
- Identifier l'impact de ses environnements sur l'organisation
- Identifier les acteurs majeurs de l'organisation
- Représenter et présenter les processus de l'organisation

2.3.4. Ressource R2.04 : Management d'activités

Compétence ciblée :

- Analyser les processus de l'organisation dans son environnement

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 2.01 | Contribuer à la gestion d'une organisation en fonction de ses besoins
- STAGE | Stage
- PORTFOLIO | Portfolio

Descriptif :

Les fondamentaux du marketing

Les activités du marketing (Le marketing, marketing opérationnel vs marketing stratégique)

- Définir le marketing et sa fonction dans le management des organisations.
- Identifier le niveau des décisions marketing

La découverte du marché (Le marché ; composantes du marché ; cibles ; freins et motivations ; segmentation ; positionnement)

- Identifier et découper le marché de l'organisation
- Identifier les composantes du marché
- Identifier les cibles
- Analyser la décision d'achat

Initiation au marketing opérationnel (Marketing-mix ; marketing des services ; produit)

- Identifier les étapes d'une démarche marketing.
- Distinguer le marketing des produits du marketing des services
- Décrire les outils du marketing mix

3.3.3. Ressource R5.03 : Management d'activités

Compétence ciblée :

- Analyser les processus de l'organisation dans son environnement

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.01 | Transformation numérique de l'organisation
- SAÉ 5.CG2P.02 | Mettre en œuvre une démarche qualité et amélioration continue de la performance
- PORTFOLIO | Portfolio

Descriptif :

Les théories des organisations

- Analyser la structure des organisations et son impact sur le fonctionnement des organisations
- Intégrer l'impact de l'individu (motivation, rationalité limitée, etc.), des phénomènes sociaux (pouvoir, culture, apprentissage organisationnel, etc.) et de l'environnement sur le fonctionnement des organisations
- Conduire le changement

Le management des collaborateurs

- Le pilotage de l'activité et l'animation des équipes
- La gestion de l'activité - Focus sur la délégation
- Les outils d'organisation et de pilotage des activités et des équipes
- Les rituels managériaux
- L'animation des rituels individuels et collectifs : entretiens annuels d'évaluation par exemple
- La posture face aux autres : attention aux autres et écoute, assertivité, empathie
- Contrôle, confiance, autonomie
- Le cas du télétravail
- Le développement des collaborateurs
- Principaux leviers et outils de motivation
- Contribution au bien-être : le management positif et la gestion des conflits (communication non violente et négociation)
- Le management interculturel

3.3.12. Ressource R5.GEMA.12 : Management d'activités : Management des relations commerciales

Compétence ciblée :

- Assurer la gestion et le développement de la chaîne de valeur

SAÉ au sein de laquelle la ressource peut être mobilisée et combinée :

- SAÉ 5.GEMA.02 | Assurer l'encadrement optimal d'une équipe
- SAÉ 5.GEMA.03 | Manager l'activité dans le respect du cadrage
- PORTFOLIO | Portfolio

Descriptif :

Créer et déployer une culture de la relation et du service :

- Avec les clients (prospection ; fidélisation ; outils du CRM ; gestion de l'insatisfaction ; suivi de clientèle)
- Avec les partenaires économiques de l'entreprise (logistique et stratégie, gestion des risques dans la supply chain, performance de la logistique et de la supply chain)
- En appliquant les principes de la RSE.

4.2.2. SAÉ 6.GEMA.02 : Piloter l'e-reputation d'une organisation

Compétences ciblées :

- Concevoir la stratégie de création de valeur
- Assurer la gestion et le développement de la chaîne de valeur
- Analyser les processus de l'organisation dans son environnement
- Piloter les relations avec les parties prenantes de l'organisation

Objectifs et problématique professionnelle :

Problématique professionnelle :

En tant que chef de projets digital, vous prenez en charge la communication corporate de l'entité et construisez la politique de communication adéquate.

"Les actions et les pratiques du manager contribuent-elles à l'e-reputation de son organisation ?"

Objectifs de la SAÉ :

L'étudiant devra être capable de :

- Analyser les besoins et les objectifs de communication
- Proposer des contenus médias
- Suivre les indicateurs de reporting définis par sa hiérarchie

Descriptif générique :

- Analyser les enjeux liées à l'image de l'organisation
- Analyser les enjeux de la réputation d'une organisation
- Contribuer à la e-réputation de l'organisation par son action
- Contribuer à la gestion des relations publiques et médias
- Produire et promouvoir un contenu communicant
- Positionner et promouvoir un évènement
- Créer du contenu web
- Créer et maintenir une relation client favorable

Renseignements pédagogiques :

Enseignement :

Filières de formation concernées : Bachelor Gestion des entreprises et des administrations, IUT Amiens

Le volume du service est un temps plein de 384h année, avec la possibilité d'effectuer des heures complémentaires dans la mesure des cours qui resteraient vacants.

Objectifs pédagogiques et besoin d'encadrement :

Faire preuve d'innovation pédagogique via l'intégration de serious game

Etre en capacité d'appréhender les enseignements en compétences.

Etre en capacité d'encadrer des stagiaires et des alternants.

Etre disponible pour accompagner les évènements institutionnels du département (Rentrée des étudiants, Salon de l'étudiant, Journée portes ouvertes, remise des diplômes, Gala de fin d'année, commission de passage et de diplomation, Assemblée des enseignants, projet étudiants...).

Monsieur Christophe CHAUVET, Chef de département
(christophe.chauvet@u-picardie.fr)

Réception des candidatures jusqu'au 24 juin 2024 12h00

Tout dossier incomplet ou transmis en dehors de la date limite ne sera pas examiné.