

CHARGE.E DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

NATURE DU POSTE :

- Catégorie B
 - Quotité : 100 %
 - Affectation : Télécom Saint-Etienne
- Poste placé sous la responsabilité de la responsable du service communication de Télécom Saint-Etienne

Candidature (CV et LM) à envoyer à l'adresse suivante : recrutementsujm@univ-st-etienne.fr avant le 17 septembre 2020

MISSION :

Au sein du service communication de Télécom Saint-Etienne, l'objectif du poste est de promouvoir l'image de l'école et de sa plateforme IRAM via l'animation des réseaux sociaux, du site internet et la conception de documents de communication.

ACTIVITES :

I – Editorial pour le web

- Rédiger des articles de blog
- Assurer la mise en page et l'envoi de la newsletter mensuelle de l'école.
- Elaborer des contenus et assurer leur mise à jour pour le site web de Télécom Saint-Etienne.
- Optimiser le référencement naturel du blog et site internet de l'école à l'aide de mots clés.
- Tenir des statistiques de visite sur le site et de visibilité de la newsletter

II – Community Management

- Animer les réseaux sociaux de l'école (page Facebook, compte Twitter, Instagram, LinkedIn, chaîne Youtube etc...);
- modérer les espaces d'échange de la communauté ; identifier sur le web les "influenceurs" susceptibles de faire connaître l'école et sa plateforme média (bloggers, forums, groupes...);
- animer les blogs et forums spécifiques aux élèves de classes préparatoires candidats à Télécom Saint-Etienne.

III – Création de contenus de communication

- Conception de supports de communication (affiche, visuels réseaux sociaux, plaquette, powerpoint...)

IV – Évènementiel

- Participation à l'organisation d'évènements interne et externe.
- Participation aux salons de recrutement

COMPETENCES PROFESSIONNELLES :

I - Savoirs

- Compréhension de l'environnement éditorial et technique web : Charte graphique, Charte éditoriale, Charte technique
- Connaissance des principes marketing
- Connaissance des principes et modalités du web (internet, extranet, intranet), techniques du web (hypertexte), réseaux sociaux
- Compréhension des enjeux du web 2.0
- Connaissance des outils de webmarketing (référencement, affiliation, partenariat, emailing, blogs, netlinkings ...)

II - Savoir faire

- Pratique des outils statistiques et de gestion de base de données (Google Analytics,...)
- Pratique opérationnelle des outils de communication offline (édition, publicité, promotion, PR, PLV...)
- Compétences rédactionnelles : Rédaction de dossiers, écriture de contenus online : actualités, articles, slogans
- Pratique courante de l'environnement bureautique : Word, Excel, PowerPoint

Pratique de logiciels de traitement d'image (Photoshop, Illustrator, Indesign).

III - Savoir être

État de veille permanent pour être informé(e) des nouvelles technologies

Intérêt pour les technologies numériques

Qualités artistiques : Sens esthétique, curiosité, créativité, imagination.

Goût pour le travail en équipe

Capacité à jongler avec de multiples tâches

Force de proposition

A l'écoute des besoins

Sens des responsabilités et du respect des délais

Esprit d'analyse et de synthèse

IV - Qualités de communication :

Communication rédactionnelle

Communication relationnelle