

Mission

Proposer, concevoir et mettre en œuvre des actions de communication sur les réseaux sociaux pour fédérer différents publics autour de pôles d'intérêts communs, en cohérence avec la stratégie générale de l'établissement

Facteurs d'évolution à moyen terme

- Développement du numérique et de l'information en ligne
- Essor du Web collaboratif, de la blogosphère, des médias sociaux et des enjeux liés au webmarketing

Impact sur l'emploi-type

- Adaptation aux nouveaux outils, usages et pratiques
- Montée en puissance de ce métier et de son importance dans les institutions

Activités principales

- Contribuer à l'élaboration de la stratégie de communication digitale et à sa mise en œuvre
- Créer, animer, évaluer les communautés d'internautes
- Élaborer, mettre en œuvre la politique éditoriale de la structure sur internet
- Recueillir, analyser et partager l'information
- Rédiger des contenus éditoriaux
- Assurer un rôle de conseil en matière de communication sur les réseaux sociaux
- Gérer la communication digitale en situation de crise
- Développer et maintenir la notoriété de l'établissement ou de l'organisme sur le web
- Planifier et suivre des actions de membres en ligne (partenariats, concours, parrainage...)
- Renforcer la cohésion de la communauté, participer ou développer des réseaux thématiques
- Analyser l'impact des activités digitales de l'entité et proposer des pistes d'évolution

Compétences principales

Connaissances

- Outils et technologies de communication et de multimédia
- Sciences de l'information et de la communication (connaissance générale)
- Cadre légal et déontologique
- Culture du domaine
- Environnement et réseaux professionnels
- Connaissance des textes législatifs et réglementaires du domaine
- Logiciels de production de contenu web, CMS
- Techniques de communication
- Organisation et fonctionnement des établissements publics
- Organisation et fonctionnement de l'enseignement supérieur et de la recherche publique
- Codes, langage des réseaux sociaux
- Outils de recrutement d'internautes et de webmarketing
- Langue anglaise : B1 à B2 (cadre européen commun de référence pour les langues)

Compétences opérationnelles

- Animer les médias communautaires et réseaux sociaux
- Jouer un rôle de conseil ou d'aide à la décision
- Gérer une organisation
- Encadrer / Animer une équipe
- Utiliser les logiciels spécifiques à l'activité
- Résoudre des problèmes
- Initier et conduire des partenariats
- Gérer les relations avec des interlocuteurs
- Évaluer des compétences et détecter des potentiels
- Savoir utiliser les outils de mesure de l'e-réputation, d'audience ou de statistiques
- Savoir utiliser les outils d'enquêtes en ligne

Diplôme réglementaire exigé Formation professionnelle si souhaitable

Licence

Conditions particulières d'exercice

Variabilité éventuelle des horaires de travail