

DESCRIPTION DE FONCTION NON OFFICIELLE

Date : 1er février 2021

AFFICHAGE EXTERNE

Numéro d'affichage : E0000568

Titre du poste :	Conseillère, conseiller à la promotion institutionnelle (SPA21)
Unité organisationnelle Secteur de travail :	ESG Vice-décanat aux études (1500)
Groupe d'emploi :	Professionnel
Numéro du poste :	
Statut :	Particulier, SOS
Horaire :	Régulier 35 heures / semaine
Pavillon :	R : des Sciences de la gestion
EXIGENCES NORMALES :	
Scolarité :	Baccalauréat dans une discipline appropriée
Expérience :	Trois (3) années d'expérience pertinente
Autres :	Excellente connaissance du français. Un test mesurera cette connaissance. Maîtrise des logiciels de bureautiques et les principales plateformes de médias sociaux.
Salaire :	Entre 49 847 \$ et 92 292 \$
Classement salarial :	11
Les avantages ¹ :	• Perspective de carrière diversifiée et intéressante; • Programme d'avantages sociaux et régime de retraite; • Programme de formation et perfectionnement; • Horaire d'été et politique avantageuse de vacances annuelles; • Rémunération globale et conditions de travail concurrentielles; • Accès facile en transport en commun.

DESCRIPTION SOMMAIRE DE LA FONCTION :

Cette personne conçoit, planifie, coordonne et réalise des programmes de promotion et de communication afin de faire rayonner l'UQAM et ses composantes. Elle collabore à la mise en œuvre des activités de promotion et de communication, tant à l'échelle institutionnelle que pour des mandats spécifiques, et conseille les différentes unités de l'UQAM en matière de stratégies promotionnelles dans le respect de l'image de marque institutionnelle.

La description de fonction, étant réputée faire partie intégrante de l'affichage, peut être consultée sur le site web des ressources humaines www.rhu.uqam.ca/SPA21 et au Syndicat.

DESCRIPTION DÉTAILLÉE DES TÂCHES DU POSTE (à titre indicatif) :

Cette personne exerce une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :	
1.	Élabore le plan de marketing de l'ESG UQAM, en s'appuyant sur les plans stratégiques de l'ESG et de l'UQAM : ■ Analyse l'environnement interne du marketing de l'ESG UQAM pour en déceler les forces et les faiblesses (orientation stratégique, résultats, gestion du marketing, mix de marketing) ; ■ Analyse l'environnement externe du marketing de l'ESG UQAM pour en déceler les occasions d'affaires et les menaces au niveau du macroenvironnement (démographie, culture, société, économie, technologie, écologie, politique) et du microenvironnement (étudiants, concurrents, marchés, partenaires et fournisseurs) ; ■ Identifie et ordonnance les principaux enjeux du marketing de l'ESG UQAM afin de fixer les objectifs prioritaires ; ■ Définit les objectifs de marketing spécifiques, mesurables, acceptables, réalistes et temporellement définis (SMART), en respect avec l'orientation stratégique de l'ESG UQAM et les ressources disponibles ou accessibles ; ■ Élabore des stratégies de marketing liées à l'offre, à la demande (segmentation, ciblage et positionnement) et à la concurrence de l'ESG UQAM ; ■ Élabore le parcours des principaux segments de l'ESG UQAM en identifiant les points de contact (physiques et virtuels) et leur importance relative ; ■ Élabore des stratégies fonctionnelles ou de mix marketing (produits et services, prix, gestion de la distribution, gestion de la communication, gestion du personnel de contact) pour atteindre les objectifs fixés, en respect avec les ressources disponibles. ■ Établit, présente et assure le suivi du budget de marketing ; ■ Organise, met en œuvre et contrôle l'exécution et la mise à jour du plan de marketing de l'ESG UQAM.
2.	Élabore le plan de communication marketing interne (rapports, infolettres, événements, accueil, séances d'information, réunions, visites, portes ouvertes, etc.) et externe (promotion, publicité, relations publiques, services à la clientèle, etc.) de l'ESG UQAM dans son ensemble et pour des événements ponctuels de ses unités ou composantes, en s'appuyant sur son plan de marketing : ■ Cible les auditoires et construit des persona des principaux segments ciblés ; ■ Fixe des objectifs de communication marketing spécifiques, mesurables, acceptables, réalistes et temporellement définis ; ■ Développe des stratégies de communication marketing permettant d'atteindre les objectifs fixés : ○ Identifie les points de contact (physiques et virtuels) à prioriser, choisit les canaux de communication marketing (physiques et virtuels) les plus appropriés et leur associe proportionnellement les ressources disponibles. ■ Établit un budget de communication marketing et en assure le suivi ; ■ Coordonne le mix de communication marketing (marketing numérique, publicité, promotion, relations publiques, marketing direct, événements, activités de promotion, etc.) de l'ESG UQAM, de ses unités et de ses composantes pour accroître la notoriété à l'interne et à l'externe, dans le respect de l'orientation stratégique de l'ESG UQAM (mission, vision et valeurs) et de son image de marque. : ■ Met en œuvre le plan de communication marketing de l'ESG UQAM ; ■ Contrôle l'efficacité et l'efficience de la communication marketing de l'ESG UQAM et de ses unités et composantes.
3.	Développe un système d'information marketing qui permet d'alimenter en continu le marketing et la communication marketing de l'ESG UQAM, de ses unités et de ses composantes ;
4.	Conseille le décanat de l'ESG UQAM, ses unités et composantes dans leurs communications et veille à les harmoniser.
5.	Gère une équipe de cinq personnes : peut être appelée à initier au travail les nouveaux conseillers, nouvelles conseillères à la promotion institutionnelle, à diriger du personnel de soutien et étudiant, à collaborer à leur entraînement, à répartir le travail, à en vérifier l'exécution et, à la demande de la notatrice, du notateur à donner son avis lors de la notation;

La seule façon de postuler est de transmettre votre candidature, accompagnée de votre curriculum vitae, via le site WWW.CARRIERES.UQAM.CA . Si vous êtes déjà à cette adresse, cliquez sur « Postuler ». Nous vous demandons de vous authentifier puis, de répondre à une dizaine de questions. Nous remercions les personnes de l'intérêt qu'elles portent à l'UQAM.

L'Université du Québec à Montréal souscrit à un programme d'accès à l'égalité en emploi. De ce fait, elle invite les femmes, les autochtones, les membres des minorités visibles, des minorités ethniques et les personnes en situation de handicap qui répondent aux exigences du poste à soumettre leur candidature.

¹ Les avantages s'appliquent selon certaines conditions.