

**HEC Montréal**  
**Département de marketing**  
**Professeure adjointe / professeur adjoint en communication marketing**

Le Département de marketing de HEC Montréal sollicite des candidatures pour un poste de professeure adjointe / professeur adjoint en communication marketing avec perspective de carrière, débutant à temps plein en septembre 2022.

Les personnes candidates doivent détenir, ou être sur le point de l'obtenir, un doctorat en marketing ou dans un domaine connexe : études médiatiques, communication, publicité, psychologie, journalisme, sociologie, etc. Bien que nous soyons ouverts à des profils de diverses disciplines, les candidatures doivent démontrer un intérêt pour l'enseignement et la recherche en communication marketing. La personne idéale sera à l'aise d'être spécialiste du département en matière de communication marketing, en s'assurant notamment que nos programmes et nos cours traitent de la matière nécessaire au succès de nos étudiants, tant en pratique qu'en recherche. Veuillez noter que la charge d'enseignement annuelle maximale pour un professeur-chercheur est de 4 cours comportant chacun un maximum de 75 étudiants. La charge d'enseignement est allégée pour un nouveau membre du corps professoral et peut être réduite en cours de carrière afin d'assurer la productivité de la recherche.

Montréal est une ville internationale et multiculturelle formidable. Elle est la 2<sup>e</sup> plus grande ville canadienne et la 8<sup>e</sup> en Amérique du Nord, avec 4 grandes universités de recherche à l'intérieur même de la ville. Elle offre un environnement multiculturel avec plus de 50 % de la population parlant le français et l'anglais, et près de 25 % parlant une troisième langue. En témoigne son statut de meilleure ville nord-américaine pour les étudiants étrangers (QS Best Student Cities 2022), premier rang partagé avec Boston.

La riche et longue histoire de Montréal dans le domaine des arts, de la culture, du multimédia et de la publicité devrait intéresser tout particulièrement le candidat ou la candidate. Les grandes agences et les groupes créatifs et artistiques montréalais comptent tous des diplômés de HEC Montréal dans leurs rangs (c'est le cas, en fait, de toutes les entreprises montréalaises). Notre corps professoral a donc un accès remarquable à des praticiens pour la recherche, ainsi que des possibilités de réseautage, de formation, de recherche de conférenciers, etc.

Fondée en 1907, HEC Montréal, première école de commerce au Canada, offre plus de 100 programmes d'études en gestion (B.A.A., MBA, M. Sc., Ph. D.) avec un large éventail de spécialisations. Forte d'un effectif de plus de 15 000 étudiants, l'École compte sur l'expertise d'un corps enseignant de 300 professeurs. Elle offre des programmes d'études multilingues, avec des cours offerts en français, en anglais et en espagnol. Elle est détentrice de trois agréments : AACSB International, EQUIS et AMBA. Elle figure dans le top 5 des universités de gestion au Canada et parmi les 100 meilleures au monde.

(Bien que HEC Montréal soit affiliée à l'Université de Montréal, elle est considérée et gérée comme une université distincte par la province de Québec).

L'Université du Texas à Dallas a classé HEC Montréal 70<sup>e</sup> en matière de contribution des universités de commerce nord-américaines à la recherche pour 2016-2020. L'École fournit de nombreux appuis à cette dernière, dont un département œuvrant à aider le corps professoral à obtenir des fonds de recherche. De même, le Département de marketing accorde une grande importance à la recherche, avec 28 professeurs titulaires ou en voie de le devenir et 6 autres membres du corps professoral. Il compte trois chaires de recherche : la Chaire de gestion des arts Carmelle et Rémi-Marcoux, la Chaire en marketing des services et expérience-client ainsi que la Chaire de commerce électronique RBC Groupe Financier, en plus de l'Institut de vente. Les membres du corps professoral publient dans des revues de premier plan comme *Journal of Consumer Research*, *Journal of Marketing*, *Journal of Marketing Research*, *Journal of Retailing* et *Marketing Science*. La liste du corps professoral est disponible à l'adresse suivante : <http://www.hec.ca/marketing/profs.html>

Le Département de marketing est également responsable du D.E.S.S. en marketing, média et communication, un diplôme d'études spécialisées rassemblant des chercheurs de HEC Montréal et certaines des personnalités et des organisations les plus éminentes de l'industrie des communications. Il est aussi lié au Pôle médias, qui se consacre à la recherche, à la formation et aux activités de transfert dans le monde des médias.

HEC Montréal étant une université francophone, les personnes candidates devront s'engager à parler couramment le français, au niveau professionnel/affaires, dans les deux ans suivant leur nomination. Afin d'assurer que les nouveaux membres du corps professoral acquièrent une bonne maîtrise du français, l'École offre du soutien et des ressources considérables, dont du tutorat individuel dans les bureaux du département (par Zoom durant la COVID). Bon nombre des membres de notre corps professoral ont acquis cette maîtrise du français après leur nomination à l'École.

Les personnes candidates doivent postuler en ligne sur le portail de recrutement du corps professoral : <https://emplois-corps-professoral.hec.ca/job.php?id=739> (seules les candidatures reçues électroniquement par ce portail seront étudiées), en joignant une lettre de motivation, un curriculum vitae, un ou des exemples de publications de travaux de recherche, des évaluations de l'enseignement (si disponibles) et deux lettres de référence. Les candidatures devront être reçues avant le 30 avril 2022, mais l'étude des dossiers débutera le 1<sup>er</sup> avril. Les personnes intéressées par le poste sont donc invitées à postuler le plus tôt possible.

HEC Montréal reconnaît l'apport essentiel et nécessaire des femmes, des Autochtones, des personnes qui font partie de minorités visibles ou ethniques et des personnes handicapées, et s'engage à garantir l'égalité des chances à tous les candidats qualifiés. Dans un souci d'équité et d'excellence, le comité de sélection tiendra compte des

interruptions de carrière des candidats. Nous invitons les candidats concernés à faire part des circonstances de toute interruption et à expliquer son incidence sur leur cheminement. Les personnes handicapées qui pourraient avoir besoin d'accommodements à l'une ou l'autre des étapes du processus de candidature sont invitées à communiquer en toute confidentialité avec Lianne Tremblay, conseillère en équité, diversité et inclusion ([lianne.tremblay@hec.ca](mailto:lianne.tremblay@hec.ca)).

Si tous les candidats qualifiés sont invités à postuler, la priorité sera toutefois accordée aux Canadiens ainsi qu'aux résidents permanents, conformément aux exigences canadiennes en matière d'immigration.

Nous remercions tous les candidats de leur intérêt. Nous ne communiquerons cependant qu'avec les personnes retenues pour une entrevue.

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec le directeur du Département de marketing, Jean-Sébastien Marcoux ([js.marcoux@hec.ca](mailto:js.marcoux@hec.ca)).