

FICHE DE POSTE Enseignant-Chercheur Campagne d'emploi 2024/2025

PR

MCF

Numéro du poste : 4587

Section CNU : 06 - Sciences de Gestion et du Management

Composante d'affectation : IUT de Reims-Châlons-Charleville
Unité de recherche d'affectation : CRIEG (ex REGARDS)

Poste ouvert au titre de l'article : 26.1-1

Résidence Administrative : Charleville-Mézières

Job profile : Associate professor in Marketing

Teaching : Marketing, Digital Marketing, Branding

Research : Marketing

Keywords : Entrepreneurship Marketing, Digital Marketing, Innovation, Health Marketing, Wine Marketing and Tourism, Nonprofit Marketing, Sufficiency Marketing, Ecological Transition

ENSEIGNEMENT :

Profil : La personne recrutée aura en charge les enseignements liés à la stratégie de marque et l'événementiel (marketing de l'événementiel, organisation et logistique, gestion commerciale, stratégie de développement de la marque, événementiel sectoriel) et les enseignements liés au numérique (culture numérique, relation client omnicanal, marketing digital de la marque, etc.).

Elle devra également encadrer et suivre des situations d'apprentissage et d'évaluation et maîtriser la gestion de projet.

Une implication dans les suivis de projets, de stages, d'alternants, de VAE et de VAP, dans le recrutement des étudiants, dans la vie du département (forums, salons, journée portes ouvertes, etc.) et dans les responsabilités administratives sera nécessaire.

Mots clés : Marketing, Marketing événementiel, Marketing digital, développement de marque.

Département(s) d'enseignement : Techniques de commercialisation (Charleville-Mézières)

Lieu (x) d'exercice : Charleville-Mézières

Équipe pédagogique : 1 MCF en Sciences de gestion, 4 PRAG-PRCE dont 2 en gestion, 1 PCT.

Autres informations : -

Coordonnées :

Nom du contact : Sandrine DEFLANDRE

Email : sandrine.deflandre@univ-reims.fr

RECHERCHE :

Profil : La personne recrutée viendra renforcer les travaux de l'axe « **Mutations de la Consommation dans un Monde en Crise** » (MC²) au sein du laboratoire REGARDS. Elle est attendue sur le développement de recherches portant sur des problématiques variées : marketing de l'innovation et acceptabilité sociale des innovations environnementales, marketing territorial, marketing associatif, mutations de la consommation ou des marchés impactés par la transition écologique, marketing de la sobriété, évolutions des pratiques marketing en lien avec les changements sociétaux. Elle peut également venir nourrir les réflexions en cours sur la mutation possible de certains secteurs

économiques (par exemple, la filière chanvre en cas de dépénalisation du cannabis) ou les effets de la digitalisation des secteurs du champagne, des biens de goût ou de la santé.

Autres informations :

Le laboratoire souhaite recruter un ou une collègue qui, prioritairement, pourra s'insérer dans les travaux en cours de l'axe « Mutations de la Consommation dans un Monde en Crise » (MC²), mais qui soit également capable de développer des projets à l'intersection avec les autres axes du laboratoire REGARDS. Il ou elle devra donc démontrer sa capacité à travailler avec des collègues des quatre disciplines représentées au sein du Laboratoire REGARDS (économie, gestion, sociologie et mathématiques), de même qu'avec des collègues d'autres disciplines au sein de la Maison des Sciences Humaines et Sociales et des trois autres pôles de l'URCA (AEBB, Santé et SNI), ainsi que de la Faculté de Médecine.

La personne recrutée étant amenée à développer et porter des projets de recherche structurants (ANR), une expérience de participation à des projets d'ampleur nationale ou internationale serait appréciée.

Compétences particulières requises :

- . Maîtrise des logiciels d'analyse de données quantitatives
- . Compétences pratiques en analyse qualitative
- . Capacité à écrire, à enseigner et à communiquer sur ses recherches en anglais
- . Sens relationnel et travail en équipe

Mots clés : marketing de la durabilité, marketing de la santé, marketing digital, marketing territorial, marketing associatif, mutations de la consommation.

Descriptif du laboratoire :

Le laboratoire REGARDS développe des recherches sur le changement institutionnel. Ses compétences portent sur l'analyse des systèmes socio-économiques en mutation et l'accompagnement des acteurs collectifs – privés, publics ou associatifs – et individuels (consommateurs-citoyens) concernés par ces changements. Ses champs d'action ciblent en particulier deux domaines prioritaires que sont la bioéconomie et la transition écologique, ainsi que la santé. L'unité est organisée en quatre axes :

- L'axe « **Mutations de la Consommation dans un monde en Crise** » (MC²), dans lequel la personne recrutée a vocation prioritairement à s'insérer, travaille à la compréhension des dynamiques de marchés au travers, d'une part, les stratégies de patrimonialisation dans le domaine des biens culturels et, d'autre part, des innovations comportementales du côté des consommateurs et des firmes. La personne recrutée pourra renforcer les travaux de cet axe dans des thématiques touchant aux évolutions de certains secteurs économiques en lien avec le territoire (champagne, filières agricoles et viti-vinicoles) ou plus largement aux mutations sociétales de la consommation.

- L'axe « **Transition Écologique, Bioéconomie et Agro-ressource** » (TEBA) étudie les mutations des systèmes socioéconomiques liées à la prise en compte des enjeux écologiques par les acteurs publics et privés. Il s'intéresse notamment à la transition vers l'usage de ressources renouvelables et la valorisation de matériaux biosourcés. À ce titre, la personne recrutée pourrait inscrire ses travaux dans le développement de nouvelles articulations entre écologie économique, sciences de la nature, philosophies du vivant et évolution des pratiques de consommation. Elle pourrait également développer des approches autour de l'économie circulaire, de l'acceptabilité des innovations sociotechniques en lien avec la transition écologique.

- L'axe « **Santé, Protection sociale et économie sociale** » (SPES) travaille sur les mutations des systèmes, des organisations de santé et des marchés dans le secteur du soin et du care. Les compétences de la personne recrutée pourraient également renforcer les travaux en marketing de la santé et sur les liens santé, consommation et environnement qui sont amenés à se développer.

- L'axe « **Philosophie et Théorie Économiques** » (PTE) rassemble des travaux visant à étudier la nature des théories et des méthodes utilisées en économie et leurs implications, à interroger la place des économistes dans la construction du savoir, à questionner le rôle du scientifique pour penser le monde

socio-économique. Des approches réflexives sur le rôle et la place du marketing dans le champ social peuvent donc constituer des intersections possibles avec cet axe.

Coordonnées :

Nom directeur laboratoire : Franck-Dominique VIVIEN

Tel directeur laboratoire : 03 26 91 87 38

Email directeur labo : fd.vivien@univ-reims.fr

Lieu(x) d'exercice recherche : laboratoire REGARDS (Reims)