

## FICHE DE POSTE - CONCOURS ITRF 2025

### « Chargé.e de communication digitale - Community manager »

Statut : X Titulaire	Catégorie : A
Filière : ITRF	Corps <b>IGE</b>

Quotité :	<b>100 % (37h30 par semaine)</b>
-----------	----------------------------------

Date d'affectation	1er décembre 2025
--------------------	-------------------

Branche d'Activité Professionnelle (pour les ITRF)	BAP F
Emploi-type Vous pouvez vous reporter aux référentiels-métiers : REFERENS 3 pour les ITRF, BIBLIOPIL pour les personnels de bibliothèque, REME	Animateur / animatrice de communauté
Supérieur hiérarchique (n+1)	Directrice de la communication et de l'évènementiel
Encadrement	<input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non

Affectation : direction / composante / service	Direction de la communication et de l'évènementiel	
Localisation géographique	Campus : BDR (Lyon 7)	Bâtiment : Palais Hirsch
Possibilité d'ouverture du poste au télé-travail (sous réserve de l'acceptation du supérieur hiérarchique, selon nécessité de service)	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non

## Chargé.e de communication digitale / community manager

### MISSIONS ET ACTIVITES

#### Missions

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

Développer une ligne éditoriale cohérente de l'ensemble des réseaux sociaux et de la communication digitale, en adéquation avec la stratégie de communication globale de l'établissement.

Assurer un rôle de conseil en matière de réseaux sociaux et communication digitale auprès des différentes structures de l'établissement (composantes, directions centrales et laboratoires de recherche).

#### ACTIVITES 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
- Développer et maintenir la notoriété de l'établissement ou de l'organisme sur le web
- Renforcer la cohésion de la communauté, participer ou développer des réseaux thématiques
- Gérer la communication digitale en situation de crise

#### ACTIVITES ASSOCIEES

- Réaliser un travail d'adaptation graphique (iconographique et tous visuels d'une banque d'image en ligne) ;
- Analyser l'impact des activités digitales de l'entité et proposer des pistes d'évolution ;
- Planifier et suivre des actions de membres en ligne (partenariats, concours, parrainage...);
- En cas d'absence de la webmaster éditoriale, assurer une veille sur la gestion des sites institutionnels ;
- Participer aux activités de la direction.

### Compétences

#### SAVOIRS GENERAUX, THEORIQUES OU DISCIPLINAIRES

- Connaissance approfondie des techniques et outils de communication et de multimédias ;
- Connaissance du cadre légal et déontologique de la communication publique ;
- Maîtrise des logiciels de production de contenu web, CMS
- Connaissance des droits et devoirs en matière de RGPD et propriété intellectuelle ;
- Maîtrise des codes, du langage, des usages et évolutions des réseaux sociaux ;
- Connaissance des outils de recrutement d'internautes et de webmarketing.

		<p><b>SAVOIRS SUR L'ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaissance de l'organisation et du fonctionnement de l'enseignement supérieur et de la recherche publique</li> <li>• Connaissance des réseaux de relation interne et externe de l'établissement ;</li> <li>• Connaissance des usages et pratiques en matière de communication digitale des communautés universitaires.</li> </ul>
		<p><b>SAVOIR-FAIRE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir utiliser les outils de mesure de l'e-réputation, d'audience ou de statistiques ;</li> <li>- Maîtriser l'utilisation des outils d'enquêtes en ligne ;</li> <li>- Rassembler et traiter les informations ;</li> <li>- Maîtriser les techniques rédactionnelles (notamment pour le web et le référencement) ;</li> <li>- Hiérarchiser l'information, et prioriser ;</li> <li>- Gérer les relations avec les différents interlocuteurs ;</li> <li>- Respecter les délais de production.</li> </ul>
		<p><b>COMPORTEMENTS ATTENDUS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Travail en équipe</li> <li>- Rigueur et fiabilité ;</li> <li>- Sens critique ;</li> <li>- Sens de la confidentialité</li> <li>- Curiosité intellectuelle et appétence pour l'innovation technologique.</li> </ul>
<b>Moyens mis à disposition (matériels, humains, financiers)</b>		CMS KSup ; Logiciels de la suite Adobe CC Photoshop (traitement d'images) ; Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn (réseaux sociaux) ; Plateforme YouTube (diffusion) ; Audiovidéocast (logiciel interne de traitement des podcasts), PlayPlay, Calameo.
<b>Contexte de travail</b>	<b>Champ des relations</b>	<p><b>Externes</b> : tous publics via les réseaux sociaux ; acteurs de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, étudiants et étudiantes, tout type de public Prestataire Kosmos (CMS K Sup) en back up de la webmaster.</p> <p><b>Internes</b> : Collaboration avec l'ensemble des directions, composantes de formation, laboratoires de recherche, et le cabinet de la Présidence ; Etudiantes, étudiants et personnels de l'Université</p>
	<b>Spécificités et contraintes du poste</b>	<p>L'activité de chargé.e de communication digitale et community manager implique un suivi régulier et une grande réactivité y compris en dehors des horaires classiques de travail en journée, dont en soirée et week-end.</p> <p>Utilisation d'un véhicule dans cadre des fonctions : <input type="checkbox"/> OUI <input checked="" type="checkbox"/> NON</p>