

FICHE DE POSTE		
INTITULÉ DE L'EMPLOI		
Chargé de mission communication et marketing		
DÉFINITION SYNTHÉTIQUE		
<p>Rattaché au Secrétariat Général, le chargé de mission assure :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la coordination des actions de communication & marketing, y compris digitale - la coordination des relations presse / média 		
ACTIVITES PRINCIPALES		
<p><u>Communication</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition d'une politique de communication digitale pour l'ensemble des secteurs d'activité - Rédaction de contenu de communication online et offline: agendas culturels, encarts publicitaires, dépliants, flyers, invitations, banderoles/kakemonos et des outils d'aide à la promotion des offres de cours et de partenariat, etc. - Rédaction de contenu et animation des réseaux sociaux (Facebook, twitter, Instagram, etc) : post, photo, video, commentaires, etc. - Rédaction /production de contenu pour la newsletter et le site web : articles, post web, vidéo des évènements, etc. - Prise de vue/montage vidéo des évènements et conduite d'entretiens filmés avec les artistes, conférenciers, partenaires en vue de leur publication digitale - Coordination des actions de promotion et de communication en lien avec les partenaires de l'IFG - Conception de plan de communication dans le cadre des salons promotionnels organisés par l'Espace Campus France à destination des établissements supérieurs français, des étudiants, lycéens et des entreprises, etc. <p><u>Relation presse / média :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition de la stratégie de promotion presse des activités de l'IFG - Rédaction des communiqués de presse - Coordination et suivi des relations avec les partenaires presse et media - Analyse des résultats des campagnes presse (notoriété, audience...) et leur retour sur investissement. - Mise à jour d'un press-book des articles parlant de l'IFG <p><u>Marketing :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Conception et mise en œuvre des campagnes marketing, notamment digitale - Conception des outils de suivi d'analyse du public - Conduite d'études sur les publics, le marché et la concurrence, notamment sur le secteur des cours et de la médiathèque, du cinéma - Analyse de l'offre (cours, spectacles, cinéma, médiathèque, campus France) au regard du public cible 		
CONTRAINTES DU POSTE	CONNAISSANCES	QUALITES PERSONNELLES <i>observables en situation professionnelle</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Qualité rédactionnelle - Créativité - Respect des délais - Réactivité aux demandes d'intervention des services 	<ul style="list-style-type: none"> - Bac +5 en Communication - maîtrise des réseaux sociaux - Google Analytics - Web Marketing - Prise de vue & Montage video simple 	<ul style="list-style-type: none"> - Sens de l'organisation - Sens du travail en équipe - Polyvalence - Sens des relations humaines - Qualité rédactionnelle
MODALITES DE DEPOT CANDIDATURES :		
<ul style="list-style-type: none"> - 1 poste à pourvoir - Contrat à durée déterminée de 3 mois (évolution possible vers un CDI) - Rémunération : 658 660 XAF - Pièces du dossier de candidature : Curriculum vitae et lettre de motivation - Candidature à transmettre par voie électronique uniquement: rh@institutfrancais-gabon.com - Date limite de candidature : 05/12/2017 		