

Chargé (e) de communication promotionnelle

Promotion des formations : communication digitale et événementielle

Fiche de poste

Lieu d'affectation	Campus de Marseille (13 ^e arrondissement)
Employeur	École Centrale de Marseille (Centrale Méditerranée)
Date limite de candidature	30 juillet 2026
Type de contrat	CDD contractuel ou titulaire
Affectation	Direction de la communication
Rattachement	Responsable communication
Prise de fonction	1 ^{er} septembre 2026
Catégorie et corps	IGE A - F2B49 - Chargé-e de communication promotionnelle
Quotité de service	100%
Rémunération	Titulaires : selon grille IGE Contractuels : 2595.00 brut/mensuel selon expérience



L'employeur

Centrale Méditerranée est une école jeune, dynamique, largement ouverte aux mouvements de la société dans toute sa diversité, et en réseau avec plusieurs dizaines d'écoles et d'universités de tout premier rang dans le monde. Elle forme des Ingénieurs Centraliens, dotés de solides compétences scientifiques et techniques, capables d'intégration et de synthèse, de créativité et d'innovation, possédant les qualités nécessaires pour entreprendre et diriger, partager, communiquer et piloter.

Pour ce faire, Centrale Méditerranée dispense une formation scientifique de haut niveau, proche des entreprises, et s'appuyant sur un potentiel de recherche exceptionnel par sa variété et sa qualité. Nourrie d'une forte culture internationale et managériale, cette formation développe et valorise les aspects sociaux et humains du métier d'ingénieur d'aujourd'hui, préparant chaque élève à affronter les défis du monde de demain.

Pour découvrir l'école, [visitez notre site internet](#) et [visionnez notre film de présentation](#).

Présentation du poste

Mission principale

Le/la chargé(e) de communication promotionnelle conçoit, met en œuvre et évalue les actions de communication destinées à promouvoir l'offre des formations de l'établissement, dans le respect de la stratégie globale, de l'attractivité des formations et des enjeux de recrutement des élèves dans les différents programmes. Il/elle exerce ses missions en étroite collaboration avec les membres de l'équipe communication, afin de garantir la cohérence, la qualité et la complémentarité des actions conduites et dans le respect de la ligne éditoriale définies. Il/elle est rattaché(e) à la Direction de la communication sous la responsabilité de la responsable du service communication.

Activités détaillées

Activité 1 : Elaboration de la stratégie promotionnelle

- Élaborer la stratégie promotionnelle et contribuer au plan de communication globale
- Analyser les besoins avec l'ensemble des directeurs de programme
- Définir des stratégies promotionnelles adaptées à chaque formation
- Garantir la cohérence des messages avec la ligne éditoriale

Activité 2 : Mise en œuvre des actions de communication

Campagnes digitales :

- Déployer des actions de communication multicanales en autonomie, dans le respect d'un cadre stratégique défini
- Concevoir et déployer des campagnes ciblées (emailing, webinaires, etc.)
- Définir et segmenter les publics cibles des campagnes (prospects, candidats, prescripteurs)
- Produire des contenus adaptés aux différentes cibles en lien avec l'équipe communication
- Utiliser des outils digitaux spécifiques pour les campagnes

Événementiel :

- Organiser et coordonner les événements promotionnels (salons et journée portes ouvertes)
- Produire des contenus adaptés aux différentes cibles en lien avec l'équipe communication (plaquettes, affiches, programmes etc.)
- Assurer la logistique (installation, accueil prestataires, montage/démontage)
- Coordonner avec l'assistante de communication en amont des événements sur la logistique
- Participer activement aux différentes manifestations

Coordination :

- Collaborer étroitement avec les directeurs de formation
- Travailler en coordination avec les membres de l'équipe communication
- Assurer la cohérence entre événements, web et réseaux sociaux

Activité 3 : Suivi de performance et optimisation

- Suivre les indicateurs de performances (KPI - taux d'ouverture, clics, conversions...) et formuler des recommandations d'optimisation
- Analyser les retombées des campagnes et événements
- Proposer des axes d'amélioration continue et des plans correctifs
- Assurer le suivi et la gestion du budget alloué aux actions promotionnelles

Activité 4 : Analyse et veille

- Analyser les viviers de candidats selon les formations et le territoire
- Réaliser une veille concurrentielle
- Identifier les tendances du secteur



Profil recherché

Savoir et savoir-faire, connaissances opérationnelles

Savoirs généraux, théoriques ou disciplinaires

- Formation supérieure en marketing, communication ou équivalent
- Expérience dans le secteur de l'enseignement supérieur
- Très bonne connaissance du marketing et de la communication digitale
- Connaissance du secteur public (serait un plus)

Une connaissance du fonctionnement de l'enseignement supérieur et de son environnement concurrentiel constitue un atout indispensable pour la bonne compréhension des enjeux du poste.

Savoirs sur l'environnement professionnel

- Compréhension des enjeux de promotion des formations
- Connaissance des publics cibles (étudiants, prescripteurs, entreprises)
- Sensibilité à la concurrence (écoles d'ingénieurs, universités)

Savoir-faire opérationnels

- Très bonne maîtrise des outils digitaux (emailing, CRM, automation)
- Gestion de projet
- Organisation d'événements
- Production de supports marketing
- Analyse de données et pilotage par les KPI
- Gestion de budgets

Savoir être et compétences comportementales

- Très bonne capacité d'écoute
- Capacité de conviction et d'argumentation
- Esprit d'analyse et de synthèse
- Force de proposition
- Sens de l'organisation et rigueur
- Adaptabilité et flexibilité
- Orientation résultats
- Autonomie
- Aisance relationnelle et travail en équipe



Informations complémentaires

Niveau requis

- Bac +5 en communication / marketing
- Expérience en communication promotionnelle et événementielle de plus de 5 ans
- Anglais professionnel exigé

Spécificités du poste :

- Déplacements fréquents (salons, événements)
- Horaires et jours de travail flexibles selon les événements, incluant certains week-ends
- Permis B + véhicule requis

Avantages

- 55 jours de congés par an
- 1 journée de télétravail par semaine
- Prestations sociales : Club employés, prise en charge des abonnements de transports à hauteur de 75%, prise en charge d'une partie de la mutuelle, accès à l'offre de formation
- Accès facile en transports en communs, parking surveillé, bornes de recharge pour les véhicules électriques
- Association sportive proposant diverses activités : salle de sport, pilates, yoga, badminton, etc.
- Accès au restaurant universitaire
- Accès à la bibliothèque
- Cadre de travail verdoyant

Procédure de sélection : à envoyer avant le 30 juillet 2026

Pour candidater, envoyez votre CV et votre lettre de motivation à l'attention des Ressources Humaines à l'adresse email rh@centrale-med.fr et alice.hornecker_dumas@centrale-med.fr