

UNIVERSITÉ DE TECHNOLOGIE DE TARBES

Direction des Ressources Humaines – 47 avenue d'Azereix – 65016 TARBES Cedex

Recrutement 2024

Emploi Maître de Conférences 6^{ème} section

Référence GALAXIE : 8- Nature du concours : 26.1.1

Intitulé du profil :

Marketing stratégique et durable

Profil en anglais :

Teaching (IUT TC Tarbes): Sustainable marketing strategy (fundamentals of customer relations, marketing strategy, marketing mix, service marketing), customer value management, new customer behaviours, green supply chain management, corporate strategy.

Research (LGTO Toulouse Laboratory): socially responsible marketing, alternative consumption, consumer culture theory

Key words:

Marketing ; Consumer economics ; Economic systems ; Territorial economy ; Circular economy ; global change ; Consumer Culture Theory ; health economics

Laboratoire d'accueil : LGTO

Host laboratory: LGTO

Profil Recherche :

Le/la candidat-e sera appelé-e à inscrire son activité de recherche au sein du LGTO (Laboratoire de Gestion et des Transitions Organisationnelles) de l'Université Toulouse III – Paul Sabatier et à articuler cette activité avec les orientations scientifiques de l'Université de Technologie de Tarbes Occitanie Pyrénées (UTTOP).

Le laboratoire LGTO est un centre de recherche qui accueille une trentaine d'enseignants chercheurs en Sciences de Gestion et qui favorise une approche transversale des objets de recherche investis, par la collaboration entre des chercheurs issus de différentes sous-disciplines de gestion (marketing, finance, comptabilité, GRH, stratégie..). Au sein du LGTO, le/la candidat-e devra inscrire ses travaux principalement dans le thème « Ruptures et Alternatives Organisationnelles ». Sera valorisée la préoccupation du/de la candidat-e dans ses objets de recherche pour :

- les questionnements autour du marketing responsable
- les approches culturelles et sociologiques de la consommation

- les approches critiques en marketing

Sera tout particulièrement apprécié un-e candidat-e qui adopte une posture réflexive et compréhensive dans son travail de recherche. Il (elle) devra accorder une importance forte à la valorisation de sa recherche dans des conférences et dans des revues reconnues dans son domaine et démontrer une bonne dynamique de publication.

Il est attendu de la part le/la candidat-e qu'il/elle s'intègre au sein des projets scientifiques existants au sein du LGTO et de se mettre au service du collectif, par la participation aux séminaires de recherche, par l'animation de ses axes de recherche et par la prise en charge d'une tâche administrative à définir (par ex : planification des séminaires, gestion du site internet du LGTO, veille sur les financements des projets de recherche, prospections de contrat de recherche, etc.).

Le/la candidat(e) devra développer des projets de recherche cohérents avec les problématiques locales de territoire en relation avec les acteurs économiques au service du développement (CCI, associations locales de développement économique...) et les autres laboratoires de recherche de l'UTTOP (CERTOP, LERASS)

Ainsi, dans le cadre de l'UTTOP, les recherches du/ de la candidat-e contribueront à la thématique de la transition environnementale et du développement du territoire - entre villes moyennes, zones rurales, villes touristiques et espaces transfrontaliers, notamment à la connaissance et au développement de thématiques existantes ou émergentes sur le territoire des Hautes-Pyrénées et du bassin économique de l'Adour, telles que :

- L'éco-conception,
- La mesure de l'impact sociétal de projets industriels :
 - Aéronautique,
 - Energies renouvelables, gestion des réseaux et stockage de l'énergie,
 - Gestion et valorisation des déchets, agricoles ou tertiaires (éco-tourisme),
 - Construction durable,
- Le tourisme et l'éco-mobilité,
- L'innovation sociale et économique (nouveaux modèles économiques et entrepreneuriaux),
- La valorisation des filières technico-économiques locales.

Research profile:

The candidate will be required to register his/her research activities within the LGTO (Laboratory of Management and Organizational Transitions) of the University Toulouse III - Paul Sabatier and to articulate this activity with the scientific orientations of the University of Technology of Tarbes Occitanie Pyrénées (UTTOP).

The LGTO laboratory is a research center that hosts around thirty teaching researchers in Management Sciences and promotes a transversal approach to the research objects, through collaboration between researchers from different management sub-disciplines (marketing, finance, accounting, HR, strategy, etc.). Within the LGTO, the candidate will have to mainly focus his/her work on the theme "Organizational Disruptions and Alternatives".

The candidate's concern for research objects related to responsible marketing, cultural and sociological approaches to consumption, and critical approaches in marketing will be valued.

A candidate with a reflexive and comprehensive posture in his/her research work will be particularly appreciated. He/she will need to give strong importance to the valorization of his/her research in conferences and in recognized journals in his/her field, and demonstrate a good dynamic of publication. It is expected from the candidate to integrate into existing scientific projects within the LGTO and to contribute to the collective effort, by participating in research seminars, animating his/her research axes, and taking on an administrative task to be defined (e.g. seminar planning, management of the LGTO website, monitoring research project funding, research contract prospecting, etc.).

The candidate will need to develop research projects consistent with the local territorial issues in relation to economic actors serving development (Chambers of Commerce, local economic development associations, etc.) and the other research laboratories of UTTOP (CERTOP, LERASS). Thus, within the framework of UTTOP, the candidate's research will contribute to the theme of environmental transition and territorial development - between medium-sized cities, rural areas, tourist cities, and cross-border areas, particularly in terms of existing or emerging issues in the Hautes-Pyrénées territory and the Adour economic basin, such as:

-Eco-design,

-Measuring the societal impact of industrial projects:

- Aeronautics,

- Renewable energies, energy network management and storage,

- Waste management and valorization, agricultural or tertiary (eco-tourism),

- Sustainable construction,

- Tourism and eco-mobility,

-Social and economic innovation (new economic and entrepreneurial models),

-Valorization of local technical-economic sectors.

Profil Enseignement :

Filières de formation concernées :

Les enseignements concernent les niveaux L1 à L3 du Bachelor Universitaire de Technologies en Techniques de Commercialisation de l'IUT de Tarbes en formation initiale et en alternance ainsi que la licence professionnelle COGESHT (Commercialisation et Gestion des Structures d'hébergements touristiques) où le ou la candidate sera susceptible de réaliser des interventions selon les besoins.

Objectifs pédagogiques et besoin d'encadrement :

Le recrutement vise à couvrir des besoins d'enseignements en marketing du pôle commerce : fondamentaux de la relation client, stratégie marketing, marketing mix, management de la valeur client, nouveaux comportements des clients, stratégie d'entreprise, marketing des services. Une approche du marketing durable et responsable est attendue.

Ces enseignements sont composés de cours magistraux, TP et TD ainsi que d'activités pédagogiques transversales – situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ). Le ou la candidate devra aussi s'impliquer dans la mise en œuvre de travaux transversaux organisés en équipe dans le cadre des SAÉ.

Au-delà des enseignements, une implication dans la gestion du département sera demandée, notamment au niveau de la direction du parcours Business Développement management de la Relation Client (BDMRC) en 2eme ou en 3eme année, le recrutement des équipes de vacataires associés et le suivi des étudiant-es pendant les périodes de stage et d'alternance.

Le recrutement vise à couvrir des besoins d'enseignements en marketing au sein du département techniques de commercialisation de l'IUT de Tarbes. Ces enseignements sont composés de cours magistraux, TP et TD ainsi que d'activités pédagogiques transversales – situations d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ) notamment.

Teaching profile:

Training courses :

The courses concern levels L1 to L3 of the University Bachelor of Technologies in Marketing Techniques at the Tarbes IUT in initial and sandwich training, as well as the COGESHT vocational degree (Marketing and Management of Tourist Accommodation Structures) where the candidate will be likely to carry out work as required.

Educational objectives and supervisory requirements :

The recruitment is intended to cover the teaching needs in marketing in the commerce division: fundamentals of customer relations, marketing strategy, marketing mix, customer value management, new customer behaviour, corporate strategy, service marketing. An approach to sustainable and responsible marketing is also expected. These lessons are made up of lectures, practical and practical work as well as cross-disciplinary teaching activities - learning and assessment situations (SAE). The candidate must also be involved in the implementation of cross-disciplinary work organised in teams as part of the SAEs.

In addition to teaching, involvement in the management of the department will be required, particularly as regards the management of the Business Development and Customer Relationship Management (BDMRC) course in the 2nd or 3rd year, the recruitment of teams of associated temporary staff and the monitoring of students during periods of work experience and sandwich courses.

The recruitment is aimed at covering marketing teaching needs within the marketing techniques department of the Tarbes IUT. This teaching is made up of lectures, practical and practical work as well as cross-disciplinary teaching activities - learning and assessment situations (SAE) in particular.

Contacts :

Enseignement :

Département d'enseignement : Techniques de Commercialisation

Lieu(x) d'exercice : IUT de Tarbes

Équipe pédagogique : 16 titulaires ; 55 vacataires

Nom directeur département : (Mme) Girard Frédérique

Tél directeur dépt. : 05.62.44.42.41

Email directeur dépt. : frederique.girard@iut-tarbes.fr

URL dépt. : <https://www.iut-tarbes.fr/b-u-t-tc>

Recherche :

Lieu(x) d'exercice : Laboratoire de Gestion et des Transitions Organisationnelles (LGTO) -Toulouse

Nom directeur labo : Anne-Laure Gatignon Turnau

Email directeur labo : anne-laure.gatignon-turnau@iut-tlse3.fr

URL du laboratoire : <https://lgto-recherche.fr/>

Descriptif du laboratoire : Le LGTO (Laboratoire de Gestion et des Transitions Organisationnelles) est une unité de recherche (URU-7416) en sciences de gestion de l'Université Toulouse 3 Paul Sabatier. Il est membre de l'Ecole doctorale Sciences de gestion de l'Université Toulouse 1. Il est affilié à la MSHS de Toulouse.