

L'Université de Hearst et ses trois campus sont situés sur le territoire du Traité no 9, plus précisément sur les terres ancestrales des Premiers Peuples ojibwés, cris et oji-cris du Nord-Est ontarien.

Fondée en 1953, l'Université de Hearst est le premier établissement d'enseignement universitaire exclusivement de langue française en Ontario. Ses programmes de premier et de deuxième cycles dans diverses disciplines sont offerts sur trois campus situés à Hearst, à Kapuskasing et à Timmins.

RESPONSABLE DES COMMUNICATIONS ET DU MARKETING

Vous souhaitez contribuer à un établissement d'enseignement dynamique, flexible et où les relations humaines sont au cœur des décisions?

Sous la supervision de la direction des affaires étudiantes, la personne responsable des communications et du marketing collabore avec les divers secteurs de l'établissement pour proposer et mettre en œuvre des stratégies et des plans adaptés. Ces initiatives visent à assurer le positionnement et la promotion de l'Université et de ses services, tout en respectant son image de marque. Elle est également responsable de la gestion quotidienne des activités de communication interne et externe et du marketing.

Dans un rôle à la fois stratégique et opérationnel, cette personne est responsable de planifier, mettre en œuvre et assurer le bon déroulement des activités de son secteur, tout en veillant à atteindre les objectifs fixés et les priorités de l'Université.

LES PRINCIPAUX DÉFIS QUI VOUS ANIMERONT AVEC CE MANDAT

Marketing

- Proposer, développer et déployer des stratégies de marketing en collaboration avec l'équipe du recrutement ou tout autre secteur ayant des besoins promotionnels spécifiques.

- Concevoir et coordonner des campagnes (informationnelles, publicitaires, etc.) en fonction des priorités et publics cibles de l'Université.
- Piloter la conception et la réalisation des activités publicitaires multimédias.
- Superviser et assurer la mise à jour et l'évolution du site web de l'établissement.
- Coordonner des séances de photos ou de vidéos promotionnelles.
- Créer, actualiser et superviser le matériel de soutien au recrutement, les outils marketing, ainsi que les communications imprimées ou électroniques destinées à promouvoir l'établissement.
- Gérer et traiter les demandes de commandites de l'établissement en cohérence avec la stratégie définie.
- Concevoir et sélectionner les articles promotionnels adaptés aux besoins des différents secteurs de l'Université, en veillant à refléter l'image de marque et à maximiser leur impact stratégique.
- Analyser les résultats des campagnes et initiatives, produire des rapports et formuler des recommandations pour optimiser les actions futures.
- Optimiser la gestion stratégique et efficace du budget dédié aux communications et au marketing, en cohérence avec la stratégie définie.

Communications externes

- Proposer, développer et déployer des stratégies et des plans de communication.
- Développer et mettre en place des mécanismes, outils et processus afin de soutenir efficacement les communications externes, comme des bases de données et de ressources institutionnelles.
- Veiller à ce que l'information diffusée respecte les politiques, les normes et les règles en vigueur, notamment les normes en matière d'accessibilité.
- Offrir des formations et des ressources, tels que des gabarits standardisés, pour outiller les équipes internes afin de produire des communications en cohérence avec l'image de marque, les normes et les objectifs stratégiques de l'Université.
- Développer et mettre en œuvre les stratégies de communication des médias sociaux et numériques.
- Assurer la révision de diverses documentations de l'Université:
 - Calendrier universitaire;
 - Publication promotionnelle;
 - Livret horaire, annuaire.
- Assurer et superviser la gestion des médias sociaux de l'Université.
- Participer à l'organisation d'événements institutionnels, incluant les cérémonies de collation des grades et veiller à la couverture et à la promotion.
- Maintenir et développer des relations avec les médias pour renforcer la visibilité de l'Université.
- Coordonner les communications et les demandes médiatiques, incluant la préparation et la diffusion des communiqués.
- Préparer les membres de la communauté universitaire pour des entrevues médiatiques et, au besoin, en assurer la coordination.
- Appuyer les communications d'urgence selon les directives en vigueur.
- Analyser les résultats des initiatives, produire des rapports et formuler des recommandations pour optimiser les actions futures.

Communications internes

- Proposer des solutions et des outils adaptés aux besoins identifiés en communication interne.
- Fournir un soutien expert aux secteurs internes sur les communications stratégiques et opérationnelles (canaux, rédaction, révision, traduction, style rédactionnel).
- Assurer une veille médiatique et institutionnelle pour tenir les membres de la communauté universitaire informés des réalisations, événements et initiatives importants de l'Université.

PROFIL DES QUALIFICATIONS

- Détenir un baccalauréat général en marketing, en communication, en relations publiques ou dans un domaine pertinent.
- Avoir à son acquis un minimum de 3 années d'expérience pertinente.
- Démontrer une approche de travail collaborative et une attitude positive, apte à comprendre rapidement la culture organisationnelle.
- Posséder de fortes aptitudes relationnelles, apte et ouverture à travailler sur des dossiers stratégiques comme opérationnels.
- Posséder une excellente maîtrise de la langue française et de la langue anglaise, à l'oral et à l'écrit.
- Avoir une facilité à s'adapter aux évolutions technologiques pertinentes pour le secteur (Adobe, Publisher, Photoshop, Canva, etc).
- Connaître les différents canaux de communication (traditionnels et numériques) et les médias sociaux.
- Faire preuve de créativité et d'un sens artistique.
- Démontrer de bonnes aptitudes communicationnelles, particulièrement en rédaction créative.
- Posséder un permis de conduire valide et accès à un véhicule.

VOS CONDITIONS DE TRAVAIL**Environnement de travail**

- environnement de travail standard de bureau;
- subir régulièrement des interruptions ou distractions dans son travail;
- déplacements fréquents entre les campus.

**Rémunération**

Les conditions de travail sont définies par l'entente du personnel administratif et d'entretien en vigueur et le salaire annuel peut varier entre 68 680 \$ et 91 322 \$.



Lieu de travail

Un des campus de l'Université de Hearst situé à Hearst, à Kapuskasing et à Timmins



Type d'emploi

Poste à plein temps permanent



Entrée en fonction

fin août 2026

LES AVANTAGES DE TRAVAILLER À L'UNIVERSITÉ DE HEARST

- organisation de taille humaine;
- environnement de travail qui valorise la diversité et l'inclusion;
- avantages sociaux compétitifs et 9% du salaire annuel à titre de contribution à la retraite;
- flexibilité dans son travail et conciliation vie personnelle et vie professionnelle;
- frais de scolarité réduits pour les membres du personnel et les membres de leur famille immédiate;
- heures de travail réduites durant la période estivale.



POUR POSTULER

Nous vous invitons à faire parvenir votre curriculum vitae et lettre de motivation en français, dans un seul document en format PDF, à rh-recrutement@uhearst.ca en indiquant le numéro du concours 2026-16 **au plus tard le 29 juillet 2026 à midi.**

L'Université de Hearst souscrit aux exigences légales en matière d'emploi et s'engage à promouvoir la diversité, l'égalité, l'équité et l'inclusion dans sa communauté et dans ses processus d'embauche. L'Université de Hearst encourage toutes les personnes qualifiées à postuler. La personne retenue pour ce poste devra être légalement autorisée à travailler au Canada. Les candidates et les candidats qui nécessitent des mesures d'accommodement sont priés de l'indiquer en soumettant leur candidature. Nous ne communiquerons qu'avec les personnes dont la candidature sera retenue. Seuls les curriculum vitae et les lettres de présentation en français seront acceptés.

L'Université de Hearst n'utilise pas l'intelligence artificielle pour filtrer, évaluer ou sélectionner les candidatures dans le cadre de ce concours.