

 Université de Limoges	COMPOSANTE : IUT GEA BRIVE LA GAILLARDE
--	--

Recrutement en qualité de (1) :

ATER

Enseignant contractuel du second degré

(1) cocher la case correspondante

SECTION CNU :

Discipline 2nd degré : Management

Profil à publier :

Job Profile :

Enseignement :

Département d'enseignement :	GESTION des ENTREPRISES et des ADMINISTRATIONS
Lieu(x) d'exercice :	Brive la gaillarde
Equipe pédagogique :	4 enseignants chercheurs, 4 enseignants second degré, 1 enseignant contractuel
Nom du directeur département :	Karine FORTUNATO
Tél directeur du département :	05-55-86-73-09
Email directeur département :	karine.fortunato@unilim.fr
URL département	www.unilim.fr

Recherche :

Nom de l'équipe de recherche :		
Lieu(x) d'exercice :		
Nom du directeur laboratoire :		
Tél directeur du laboratoire :		
Email directeur du laboratoire :		
URL du laboratoire :		
Descriptif du laboratoire :		
N° de POSTE (à renseigner OBLIGATOIREMENT)	Localisation du poste Brive	Date de la vacance de poste : 01/09/26
ATER ministériel : Ou poste vacant utilisé :		
Caractéristiques contrat	Date de début : 01/09/26 Date de fin : 31/08/27	Quotité : 100%

Profil enseignement :

Management d'activités, gestion de projet, marketing opérationnel.

Profil recherche :**Mots clés :**

Mot clé 1 :	
Mot clé 2 :	
Mot clé 3 :	
Mot clé 4 :	
Mot clé 5 :	

Description activités :**Fondamentaux du management**

Les organisations et leurs spécificités : (Formes d'organisations, Caractéristiques et objectifs des organisations)

- Identifier les différentes formes d'organisation.
- Identifier les spécificités des différentes formes d'organisation.

Les relations des organisations avec leur environnement :

(Enjeux, influences de l'environnement ; impact des décisions managériales)

- Identifier les parties prenantes et leurs attentes
- Analyser les divergences d'intérêts entre les parties prenantes et l'organisation
- Analyser l'influence de l'environnement sur les organisations
- Présenter les enjeux environnementaux dans le management des organisations

Le management et ses acteurs :

(Le manager ; les styles de management ; la gouvernance)

- Décrire les activités des managers
 - Identifier les niveaux de décisions managériales
 - Décrire les décisions managériales et leur impact sur l'organisation
- Décrire comment s'exerce le management en utilisant les outils de théorie des organisations

Les fondamentaux du marketing

Les activités du marketing :

(Le marketing, marketing opérationnel vs marketing stratégique)

- Définir le marketing et sa fonction dans le management des organisations
- Identifier le niveau des décisions marketing

La découverte du marché :

(Le marché ; composantes du marché ; cibles ; freins et motivations ; segmentation ; positionnement)

- Identifier et découper le marché d'une entreprise
- Identifier les composantes du marché
- Identifier les cibles
- Analyser la décision d'achat

Initiation à la décision de marketing opérationnel :

(Marketing-mix ; marketing des services ; produit)

- Identifier les étapes d'une démarche marketing
- Distinguer le marketing des produits du marketing des services
- Décrire les outils du marketing mix

SAÉ GEMA.02 : De la recherche de l'idée à la création d'activité à l'aide d'un Business Model

Rechercher une idée en mobilisant différentes méthodes de création d'idées – Formaliser l'offre de valeur dans un business model – Vérifier que l'idée répond au(x) besoin(s) du marché visé via une étude de marché.

Management d'activités : Business Model

Mettre en œuvre des méthodes agiles – Construire une étude de marché – Mettre en œuvre un business model – Mesurer les risques

SAÉ 4.GEMA.02 : Construire un business plan pour vérifier la faisabilité d'une nouvelle activité

– Evaluer à l'aide des études de marchés réalisées précédemment le chiffre d'affaires prévisionnel – Présenter le tableau des investissements – Prévoir les besoins de financement – Etablir le plan de financement sur 3 ans – Etablir les budgets prévisionnels sur 3 ans – Etablir le bilan et le compte de résultat prévisionnels – Présenter la structure juridique et fiscale retenue – Défendre à l'écrit et à l'oral le business plan finalisé

Marketing opérationnel et techniques de négociation

Bâtir le plan marketing opérationnel omnicanal, y compris dans les services (marketing mix ; plan d'actions ; spécificités du marketing dans un monde digital) ; Appréhender les différentes techniques de négociation commerciale (l'entretien ; argumentation ; traitement des objections ; ren-forcement et suivi)

Participation aux Saé.
Suivi des alternants et des stagiaires.
Participation aux soutenances.

Moyens :

Moyens matériels :	
Moyens humains :	
Moyens financiers :	
Autres moyens :	

Autres informations :

Compétences particulières requises :	<ul style="list-style-type: none">- faculté d'adaptation- qualité organisationnelle- esprit d'équipe
--------------------------------------	--