

NB : tout dossier incomplet à la date de fermeture des candidatures sera déclaré irrecevable.

Nous conseillons donc - considérant le grand nombre de candidatures à traiter - de ne pas attendre les derniers jours pour déposer l'intégralité de votre dossier,

notamment pour les candidats au titre de la mutation/détachement prioritaire, dispense de qualification et/ou d'HDR pour lesquels une procédure particulière est mise en place.

Profil détaillé

Corps : MCF

Article de recrutement : 26.I.1

N° Odyssée : 260330

Section(s) CNU: 06

Job profile: The IUT of Bordeaux (Périgueux campus) is recruiting a Lecturer in Marketing. The position involves teaching brand strategy and promotion with a focus on societal transitions, supervising students, and taking on pedagogical/admin duties. Team spirit, dynamism, and commitment are key for success.

Profil pédagogique : Marketing

Affectation pédagogique :

Institut Universitaire de Technologie de Bordeaux – Département Techniques de Commercialisation (TC PGX) – Site Périgueux

Nom du directeur du département – mail :

Fabrice Cassou / fabrice.cassou@u-bordeaux.fr

Filières de formation concernées : BUT

Objectifs pédagogiques et besoin d'encadrement :

L'IUT de Bordeaux est une composante de l'Université de Bordeaux. Il compte 16 départements répartis sur quatre sites géographiques (Bordeaux, Gradignan, Périgueux et Agen). Le département Techniques de Commercialisation (TC) du site de Périgueux recrute une maîtresse ou un maître de conférences en section 06. Composé d'une équipe pédagogique de 10 permanents, il compte environ 225 étudiants en BUT (formation initiale et apprentissage). L'esprit d'équipe, le dynamisme et la disponibilité seront des facteurs clés de succès pour intégrer l'équipe et participer ainsi au bon fonctionnement et au rayonnement du département Techniques de Commercialisation Périgueux.

Les enseignements attendus par la candidate ou le candidat sont dans le domaine du marketing : stratégie de développement de marque, fondamentaux de la communication commerciale, conception graphique et SAé (Situation d'Apprentissage et d'évaluation) organisation d'un événement comme outil de branding. Les enseignements doivent intégrer des thématiques de transitions environnementales et/ou sociétales. Ces enseignements seront dispensés auprès des promotions des trois années : en tronc commun en BUT1 et en parcours stratégie de marque et événementiel (SME) en BUT2 et BUT3 (initial et apprentissage).

L'enseignement et la coordination d'une SAé, notamment, doivent permettre d'intégrer de l'innovation pédagogique et de mettre en œuvre des ponts interdisciplinaires et d'application directe avec le domaine de la gestion.

Une implication active dans la personnalisation des parcours étudiants est également attendue. Cela se traduira par un suivi attentif des étudiants sous différentes formes, notamment la supervision de projets et de travaux de groupe (SAé BUT3 SME et projets tuteurés / transverses), l'accompagnement des périodes en entreprise (stages et alternances) et le conseil individuel à l'élaboration de leur projet personnel professionnel (tuteurat).

Enfin, nous recherchons une personne intéressée par les responsabilités administratives et pédagogiques (responsabilité du département, direction des études, responsabilité du recrutement, des projets tuteurés, des stages, des cycles de formation...) au sein du département en IUT.

Contact pédagogique à l'université :

Fabrice Cassou / fabrice.cassou@u-bordeaux.fr

Profil Recherche : Sciences de gestion

Laboratoire d'accueil :

Département Evaluation, Comportements, Organisations IRGO - Institut de recherche en gestion des organisations

Nom du directeur du laboratoire – mail :

Julien Cusin / julien.cusin@u-bordeaux.fr

Description du projet de recherche :

La personne recrutée sera intégrée au sein de l'équipe marketing de l'IRGO (Institut de Recherche en Gestion des Organisations), un des quatre laboratoires rattachés au département ECor (Evaluation Comportements Organisations) de l'université de Bordeaux. L'IRGO est organisé autour de cinq équipes disciplinaires, dont une en marketing, afin de répondre à trois thématiques transversales : Vin & Territoire, RSE (responsabilité sociale et/ou sociétale de l'entreprise) et Numérique. Les ambitions de l'IRGO sont, d'une part, de renforcer la lisibilité de ses travaux au sein de la communauté académique et de l'ensemble des acteurs de la région Nouvelle-Aquitaine et, d'autre part, d'accroître la valorisation de la recherche avec le déploiement d'une recherche à impact auprès des parties prenantes pour apporter une réponse globale au management des transitions sociétales.

Le département ECor construit, quant à lui, sa stratégie de recherche autour de divers thèmes multidisciplinaires structurants partagés par les laboratoires qui le constituent (économie, psychologie, gestion, sciences de l'éducation). Plusieurs de ces thèmes – en particulier dans son axe « Sciences comportementales et organisationnelles » – sont en lien étroit avec le marketing.

Dispositif spécifique pour la mobilité entre les deux sites :

Afin de conduire les missions d'enseignement (site de Périgueux) et de recherche (à Bordeaux) dans les meilleures conditions, les dispositifs suivants seront mis en place :

- Aménagement de l'emploi du temps du service d'enseignement au regard du calendrier de l'IRGO (axes et discipline)
- Prise en charge des déplacements avec le prêt d'un véhicule de service
- Coordination avec les autres membres du laboratoire présents dans les départements IUT du site de Périgueux.

Champ(s) de recherche : Economics Economics - Management studies

Profil recherché

La candidate ou le candidat développera une activité de recherche en marketing ou en comportement du consommateur, en lien étroit avec les orientations scientifiques de l'IRGO et du département ECor. Ses travaux devront notamment s'inscrire dans les axes transversaux du laboratoire (Vin & Territoire, Responsabilité Sociétale des Entreprises, Numérique) et contribuer au renforcement de la visibilité de l'équipe Marketing.

Une ouverture interdisciplinaire vers l'étude du comportement du consommateur, du marketing digital, de la consommation responsable ou des mutations des pratiques de marché, sera particulièrement valorisée.

La candidate ou le candidat sera également appelé.e à participer à la vie scientifique de l'IRGO en s'impliquant dans les activités collectives du laboratoire et dans son rayonnement à l'échelle nationale et internationale ainsi qu'en participant aux séminaires et ateliers de l'équipe marketing et de l'IRGO.

Elle ou il devra attester d'une capacité à publier dans des revues scientifiques, à présenter ses travaux dans des conférences nationales et internationales, et à s'impliquer dans des réseaux de recherche. Une aptitude à répondre à des appels à projets (ANR, Région, Europe) et à nouer des collaborations avec des acteurs publics et privés de la région Nouvelle-Aquitaine constituera un atout important.

Impact scientifique attendu :

Il est attendu de la candidate ou du candidat :

- de pouvoir se prévaloir de publications récentes dans des revues classées (CNRS, FNEGE) ;
- d'intégrer des sujets de recherche développés principalement au sein de l'IRGO et de contribuer à la dynamique collective de l'équipe Marketing et des axes RSE, Numérique, Vin & territoire ;
- de participer activement aux ateliers, aux colloques et aux conférences développés au sein de sociétés savantes francophones et internationales ;
- d'avoir une bonne maîtrise des méthodologies quantitatives et/ou qualitatives ;
- d'être en capacité de lever des contrats et/ou des fonds de recherche en France ou à l'étranger (ANR ou fonds européens par exemple ; Nouvelle Région Aquitaine ; etc.).
- d'assurer une production scientifique dans des revues académiques classées CNRS et FNEGE.

Contact Recherche à l'université :

Jean-Philippe Galan / jean-philippe.galan@u-bordeaux.fr

Procédure de candidature :

Les candidat(e)s doivent enregistrer leur candidature et joindre obligatoirement les documents constitutifs de leur dossier au format **pdf** sur le site du ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche, via l'application ODYSSEE, **du mardi 3 mars 2026 à 10 heures** (heure de Paris) **jusqu'au vendredi 3 avril 2026 à 16 heures** (heure de Paris), en **suivant les modalités générales de constitution des dossiers définies par [l'arrêté du 6 février 2023](#)**.

ENREGISTREMENT DE CANDIDATURE ET DEPOT DE DOSSIER:

[Accès Odyssee](#) (Accès Qualification/Recrutement)

**Tout dossier incomplet à la date limite susmentionnée,
SERA DECLARE IRRECEVABLE**