


## CAMPAGNE D'EMPLOIS ENSEIGNANTS-CHERCHEURS 2026

	<b>Identification du poste</b> Composante d'origine : IUT de Sceaux Nature (MCF, PR, PRAG) : MCF N° de l'emploi : Ancien(ne) occupant(e) : CNU (d'origine) : 06
--	--

### Éléments demandés en publication

(composante, nature, et/ou discipline)

Composante (pour la publication) : IUT de Sceaux  
Nature demandée (MCF ou PR) : MCF  
CNU demandée(s) : 06  
Type de concours (26-1, 46-1, 46-3,...) : 26-1

### Etat du poste

V : vacant  
Date de la vacance : 01/09/2025  
Surnombre  Oui X Non  
Motif de la vacance : Retraite

### Profil français/anglais Pour Publication sur GALAXIE

Marketing Marketing

## ARGUMENTAIRES (EXEMPLES NON-EXHAUSTIFS)

### Enseignement

#### Filières de formation concernées

L'enseignant(e) interviendra sur les trois années de BUT TC dans le cadre des différents parcours proposés à l'IUT (SME - Stratégie de Marque et Événementiel ; MDEE - Marketing Digital, E-business et Entrepreneuriat ; BI - Business International : achat et vente ; MMPV - Marketing et Management du Point de Vente ; BDMRC - Business Développement et Management de la Relation Client) ainsi que possiblement en master Achat à l'international porté par l'IUT. Les enseignements s'effectueront en formation initiale, mais également en formation par alternance et formation continue.

#### Objectifs pédagogiques et besoin d'encadrement

L'enseignement s'articule autour de cours magistraux, travaux dirigés ou travaux pratiques. Les enseignements devront s'inscrire dans une pédagogie d'équipe et conformément à la progression pédagogique du programme national des 6 semestres du B.U.T. TC. En outre, les Situations d'Apprentissage et d'évaluation doivent également être organisées et mises en œuvre conformément au programme national.

Les enseignements seront principalement à assurer en marketing et aussi, par exemple, dans les matières suivantes : Stratégie de l'entreprise, Communication digitale, Gestion commerciale, Marketing achat, SAE développement de l'offre à l'international.

La mise en œuvre de pédagogies innovantes susceptibles d'améliorer la participation et la réussite des étudiants est un élément valorisé dans le recrutement de même que la capacité du candidat à enseigner en anglais. Un intérêt pour les problématiques de transition écologique et une volonté d'animation d'enseignements intégrant la RSE seront appréciés.

L'enseignant devra participer à l'encadrement des étudiants du BUT TC dans le cadre des projets tutorés et des stages et des étudiants en apprentissage (conduite, description et planification de projets, visites en entreprise, suivis de stage et d'apprentis, soutenances) et des SAÉ. La transversalité des enseignements avec d'autres disciplines est incontournable (jeu d'entreprise, étude de cas, SAÉ...).

L'engagement collectif, l'investissement et la prise de responsabilités au sein du département comme à l'échelle de l'IUT figurent parmi les critères déterminants du recrutement.

## Recherche

La personne recrutée en tant que MCF mènera ses travaux de recherche au **RITM** – Centre de recherche en économie et management, qui rassemble les enseignants-chercheurs en économie et en management de l'Université Paris-Saclay (voir : [laboratoireRITM](#)). Le/la candidat-e devra être **spécialisé-e en Marketing**.

Ce recrutement s'inscrit dans une stratégie poursuivie depuis plusieurs années visant à renforcer les productions scientifiques autour de quatre grands objets de recherche : Réseaux, Innovation, Territoires et Mondialisation. Il vise à renforcer les équipes travaillant sur les projets structurants du laboratoire, tels que le management de la santé, les transformations digitales et l'intelligence artificielle ou la durabilité environnementale. Ces thématiques sont étroitement liées aux défis scientifiques et sociétaux portés par l'Université Paris-Saclay et s'inscrivent dans les axes de recherche de la Graduate School Economics and Management ([Graduate school](#)).

Nous attirons l'attention des candidats sur le **niveau d'engagement attendu** dans les activités de recherche du laboratoire :

- **Une contribution scientifique forte en marketing**, à travers des publications de haut niveau en cohérence avec les thématiques étudiées au RITM, dans des supports académiques nationaux et internationaux reconnus ;
- **Une participation active** à la vie scientifique du laboratoire : séminaires, projets collectifs, initiatives disciplinaires et pluridisciplinaires. Une attention particulière sera portée à la capacité du/de la candidat-e à produire des travaux susceptibles d'enrichir les activités des équipes du RITM ;
- **Une appétence pour la valorisation des recherches** et leur diffusion auprès de publics situés au-delà de la seule communauté académique en sciences de gestion ;
- **Une expérience d'animation de la recherche**, notamment par la participation à des projets nationaux ou internationaux, sera particulièrement appréciée, de même qu'une capacité démontrée à dialoguer scientifiquement avec d'autres disciplines ;
- **Une capacité à porter des projets et à participer à des projets collectifs type ANR**.

Le/la candidat-e est en outre invité-e à **se positionner explicitement par rapport aux travaux des collègues** dans le domaine indiqué dans la présente fiche de poste, afin de mettre en évidence la complémentarité et la pertinence de sa candidature.

## JOB DESCRIPTION (NON-EXHAUSTIVE EXAMPLES)

### Teaching

#### • Relevant training programs

The recruited lecturer will teach across all three years of the BUT in Business and Marketing (BUT TC), within the various tracks offered at the IUT (SME – Brand Strategy and Event Management; MDEE – Digital Marketing, E-business and Entrepreneurship; BI – International Business: Purchasing and Sales; MMPV – Retail Marketing and Management; BDMRC – Business Development and Customer Relationship Management), as well as potentially in the Master's program in International Purchasing coordinated by the IUT.

Teaching will take place both in initial training and in apprenticeship-based programs and continuing education.

#### • Educational objectives and supervision needs

Teaching duties will involve lectures, tutorials, and practical sessions. Courses must fit within a team-based pedagogical approach and follow the national curriculum for the six semesters of the BUT TC. In addition, Learning and Assessment Situations (SAÉ) must be designed and implemented in accordance with the national program.

The teaching load will focus primarily on marketing and may also include subjects such as: Corporate Strategy, Digital Communication, Commercial Management, Purchasing Marketing, and the SAÉ International Offer

development.

The use of innovative teaching methods that foster student engagement and success will be valued in the recruitment process, as will the candidate's ability to teach in English. An interest in ecological transition issues and a willingness to integrate CSR topics into teaching activities will also be appreciated.

The lecturer will supervise BUT TC students in the context of tutored projects, internships, and apprenticeships (project management, project planning and reporting, company visits, internship and apprenticeship supervision, thesis defenses), as well as SAÉs. Cross-disciplinary work with other subjects is essential (business games, case studies, SAÉs, etc.).

Collective involvement, commitment, and a willingness to take on responsibilities within the department and across the IUT are key expectations for this position.

## Research

The recruited Assistant/Associate Professor (MCF) will conduct research within the RITM – Research Center in Economics and Management, which brings together scholars in economics and management at Université Paris-Saclay. The candidate must **specialize in Marketing**.

This recruitment is part of a long-standing strategy to strengthen research outputs around four major research areas at RITM: Networks, Innovation, Territories, and Globalization. It aims to reinforce teams working on the laboratory's structuring projects, such as health management, digital transformations and artificial intelligence, or environmental sustainability. These themes are closely aligned with the scientific and societal challenges identified by Université Paris-Saclay and are embedded in the research priorities of the Graduate School of Economics and Management.

Candidates should note the high level of research engagement expected within the laboratory:

- **A strong scientific contribution in marketing**, through high-quality publications aligned with RITM's research themes, in recognized national and international academic outlets;
- **Active participation in the scientific life of the laboratory**: seminars, collective projects, disciplinary and interdisciplinary initiatives. Particular attention will be paid to the candidate's ability to produce research that enriches the work of RITM teams;
- **An interest in disseminating and valorizing research** beyond the academic community in management sciences;
- **Experience in research leadership**, notably through involvement in national or international projects, will be highly valued, as will the demonstrated ability to engage in interdisciplinary dialogue;
- **The ability to lead and contribute to collaborative projects such as ANR-funded initiatives**.

Candidates are invited to position themselves explicitly with respect to the work carried out by colleagues in the research areas listed in this job description, in order to demonstrate the complementarity and relevance of their application.

Laboratoire(s) d'accueil : (sigle et intitulé détaillé)

Label (UMR, EA, ...)	N°	Nbre de chercheurs	Nbre d'enseignants-chercheurs
EA	7360	0	60

## CONTACTS

- Enseignement : [caroline.riche@universite-paris-saclay.fr](mailto:caroline.riche@universite-paris-saclay.fr)
- Recherche : [valerie.nicolas-hemar@universite-paris-saclay.fr](mailto:valerie.nicolas-hemar@universite-paris-saclay.fr) ; [amelie.clauzel@universite-paris-saclay.fr](mailto:amelie.clauzel@universite-paris-saclay.fr)

*L'Université Paris-Saclay est l'une des meilleures universités françaises et européennes, à la fois par la qualité de son offre de formation et de son corps enseignant, par la visibilité et la reconnaissance internationale de ses 275 laboratoires de recherche et leurs équipes, ainsi que par l'attention apportée, au quotidien et par tous ses personnels, à l'accueil, l'accompagnement, l'interculturalité et l'épanouissement de ses 65 000 étudiants. L'université Paris-Saclay est constituée de 10 composantes universitaires, de 4 grandes écoles (Agroparistech, CentraleSupélec, Institut d'Optique Graduate School, ENS Paris-Saclay), d'un prestigieux institut de mathématiques (Institut des Hautes Études Scientifiques) et s'appuie sur 6 des plus*

*puissants organismes de recherche français (CEA, CNRS, INRA, INRIA, INSERM et ONERA). Elle est associée à deux universités (Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines et Université d'Évry Val-d'Essonne) qui fusionneront dans les années à venir et dont les campus jouxtent le territoire du plateau de Saclay et de sa vallée. Ses étudiants, ses enseignants-chercheurs, ses personnels administratifs et techniques et ses partenaires évoluent dans un environnement privilégié, à quelques kilomètres de Paris, où se développent toutes les sciences, les technologies les plus en pointe, l'excellence académique, l'agriculture, le patrimoine historique et un dynamique tissu économique. Ainsi l'Université Paris-Saclay est un établissement de premier plan implanté sur un vaste territoire où il fait bon étudier, vivre et travailler.*

Site : <https://www.universite-paris-saclay.fr>

**Candidature via l'application GALAXIE :**

<https://galaxie.enseignementsup-recherche.gouv.fr/antares/can/astree/index.jsp>