

Maitre de conférences en « Marketing »

Etablissement : Conservatoire national des arts et métiers	Poste n° : Odyssée 260796
---	----------------------------------

Corps : (PR ou MCF)	MCF	Article de référence : 26-1
Section(s) CNU :	Section 06	
Localisation : (Nom et adresse du site principal)	Conservatoire national des arts et métiers Site Montgolfier 2, rue Conté 75003 Paris	
Etat du poste :	Vacant	
Date prise de poste :	1 ^{er} septembre 2026	

Le Conservatoire national des arts et métiers (Cnam) est un établissement public à caractère scientifique, culturel et professionnel doté d'un statut de « grand établissement » régi par le [décret du 22 avril 1988](#). C'est un établissement en réseau dont le siège est à Paris qui se caractérise par :

- des formations déployées sur l'ensemble des régions métropolitaines, dans les centres ultra-marins et à l'étranger,
- des activités de recherche académique, technologique et partenariale au sein d'équipes reconnues par le HCERES,
- sa mission de diffusion de la culture scientifique et technique (notamment via le musée des arts et métiers).

La diversité et la richesse des équipes du Cnam dotent l'établissement d'un large spectre de compétences, couvrant les champs professionnels allant des sciences de l'ingénieur aux domaines de l'économie, de la gestion et des sciences humaines et sociales.

Les missions spécifiques dévolues aux enseignants-chercheurs du Cnam sont les suivantes :

- **Elaboration et mise en œuvre d'enseignements**
 - conception et animation d'enseignements sur l'ensemble des territoires,
 - actualisation des enseignements pour prendre en compte les besoins exprimés par les publics de la formation professionnelle et des territoires,
 - participation à la coordination des équipes pédagogiques et au suivi du déploiement de l'offre de formation, au bon déroulement et à la qualité des enseignements,
 - mise en place d'une offre de formation innovante (dont la formation à distance)
 - évaluation des acquis de l'apprentissage, participation aux jurys.
- **Développement des activités de recherche et/ou d'innovation**
 - développement de projets de recherche académique ou partenariale à l'échelle nationale, européenne et internationale,
 - formation par et à la recherche,
 - valorisation des travaux de recherche,
 - développement de liens et de coopérations avec des chercheurs français et étrangers et les milieux professionnels concernés.
- **Diffusion de la culture scientifique et technique**
 - Diffusion de pratiques pédagogiques,
 - Communication scientifique et technique vers la société (organisation de congrès, conférences grand public...).
- **Participation à la vie de l'établissement et à sa promotion**

Profil

Profil enseignement :	L'enseignant(e)-chercheur(se) recruté(e) contribuera aux enseignements en marketing vente dans le département dédié au marketing et à la vente de l'équipe pédagogique « Stratégies » du Cnam, essentiellement auprès d'un public de formation en alternance (enseignement en marketing et en lien avec l'ICSV). Les métiers du marketing et de la vente font l'objet de mutations majeures que ce soit par les avancées technologiques, l'évolution des attentes et comportements des consommateurs, la modification profonde des modes de consommation et canaux de distribution, dans un contexte stratégique et concurrentiel qui pousse les organisations à se repenser et s'adapter. La nécessité de suivre ces changements dans leurs aspects théoriques ainsi que dans la définition de compétences et savoirs faire applicables aux métiers du marketing et de la vente est régulièrement exprimée par l'ensemble des parties prenantes. Ce poste vise à renforcer l'accompagnement des différents publics confrontés à ces questions, ainsi que de participer à l'enrichissement des modèles et outils au sein des enseignements en sciences de gestion de l'équipe pédagogique « Stratégies ». En tant que responsable opérationnel(le) d'un master marketing en alternance, l'enseignant(e)-chercheur(se) recruté(e) devra assurer un ensemble de cours de spécialité formant la base du master marketing, recruter et coordonner les enseignants intervenant dans cette formation mais également organiser des conférences, activités pédagogiques innovantes, tisser des liens avec des entreprises et les universités étrangères afin d'organiser des échanges Erasmus plus (la maîtrise de la langue anglaise dans les enseignements est requise). Il/elle devra coordonner le déploiement de ce master dans les centres régionaux du Cnam qui le proposent, et assurer une continuité pédagogique dans le cadre des règles spécifiques du Cnam. Dans ce contexte, ses activités couvriront des dimensions pédagogiques (définition des contenus, sélection des intervenants, relations avec le monde professionnel), mais également de suivi des recommandations en matière d'accréditation du diplôme. Il / Elle participera plus globalement à l'évolution de la politique de formations en phase avec les transformations des métiers dans le domaine du marketing et de la vente. Il (elle) contribuera à la mise en place de modalités de formations à distance pour permettre un élargissement de l'offre auprès des publics dans les territoires. D'une manière générale, il est attendu un investissement dans les différents projets d'innovation pédagogique portés par l'établissement ou par le département Stratégies et l'ICSV. Il (elle) travaillera en collaboration avec les différentes équipes qui intègrent ces compétences dans leurs programmes respectifs. Il est attendu également une capacité à encadrer des mémoires de bac+3 et bac+5, également dans d'autres programmes et ce en français comme en anglais.
Job profile : brève synthèse de quatre lignes en anglais comprenant les coordonnées de la composante qui	The CNAM, one of the oldest Academic institutions in France is recruiting an Associate Professor in the field of marketing. Research and publications in the field

<i>publie le poste, le profil du poste (2 lignes max.) et le contact pour envoi de la candidature avec la date limite.</i>	of marketing are required.
EPN :	EPN15
Mots-clés enseignement :	Marketing, RSE, Digital.

Profil recherche :	Les recherches s’inscriront autour des enjeux marketing dans les transformations (environnementale, sociétale, digitale) qui traversent les entreprises et les marchés, modifiant les attitudes des consommateurs. Les recherches prendront place au sein de l’axe Spid du Lirsa. A ce jour quatre principaux thèmes de recherches en marketing sont portés par l’équipe de recherche marketing composée de plusieurs PU ou équivalent, MCF et doctorants : - Les enjeux marketing dans le secteur du tourisme (surtourisme, usage de l’IA dans la recommandation, image d’une destination...) - Le digital et les comportements de consommation (analyse des parcours de vente en ligne), - La gestion des données privée (privacy, privacy concern), - L’image de marque et la RSE (cobranding, responsabilité sociale des marques, ONG). Les méthodologies utilisées sont quantitatives ou qualitative sans exclusion. Il est attendu du / de la candidate une aptitude à publier ses travaux dans des revues internationales reconnues, ainsi qu’une participation régulière à des conférences internationales et / ou nationales, mais également à s’impliquer dans les activités de recherche thématiques au sein de l’établissement.
Job profile : brève synthèse de deux lignes en anglais du profil du poste.	Applicants should have demonstrated an ability to publish original research in peer reviewed paper, participated in international conferences, and hold a PhD.
Laboratoire :	LIRSA
Mots-clés recherche :	Marketing, RSE, Digital.

Informations complémentaires :

Enseignements :	
Equipe :	EPN15
Lieux d’exercice :	2, rue Conté, Paris 75003
Nom de la directrice ou du directeur de l’équipe :	POKROVSKY Alexis
Téléphone de la directrice de ou du directeur de l’équipe :	
Email de la directrice ou du directeur de l’équipe :	alexis.pokrovsky@lecnam.net

Recherche :	
Lieux d’exercice :	LIRSA
Nom de la directrice ou du directeur du laboratoire :	RIVAL Madina
Téléphone de directrice ou du directeur du laboratoire:	

Email de directrice ou du directeur du laboratoire :	lirsa@cnam.fr
URL du laboratoire :	https://lirsa.cnam.fr/lirsa-laboratoire-interdisciplinaire-de-recherches-en-sciences-de-l-action/laboratoire-interdisciplinaire-de-recherches-en-sciences-de-l-action-accueil-504867.kjsp
Descriptif du laboratoire :	Le Laboratoire interdisciplinaire de recherches en sciences de l'action (Lirsa) est une unité de recherche (EA 4603) qui regroupe plus de 120 chercheuses et chercheurs (permanents et associés) et près de 70 doctorantes et doctorants. Il couvre un large spectre d'objets de recherche et de méthodologies sur l'action organisée, finalisée et évaluée. Il réunit des chercheuses et chercheurs effectuant des travaux principalement en sciences de gestion, en économie et en droit, ainsi que dans des disciplines connexes. Le Lirsa est aujourd'hui structuré en trois équipes de recherche : Poem (Politiques publiques : économie et management), Spid (Stratégie, Prospective, Innovation, Développement), et Po (Pilotage des Organisations). Il entretient des liens étroits avec le Centre d'études de l'emploi et du travail (CEET), dont il accueille une partie des chercheurs.
Lien pour le rapport du HCERES du laboratoire :	https://www.hceres.fr/fr/rechercher-une-publication/lirsa-laboratoire-interdisciplinaire-de-recherches-en-sciences-de