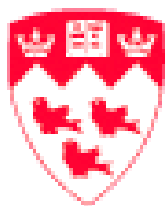


**MORGAN PHILIPS**  
EXECUTIVE SEARCH

**VICE-RECTEUR OU  
VICE-RECTRICE,  
COMMUNICATIONS**



**McGill**

Mars 2024

## L'Université McGill

Phare d'excellence en enseignement, en recherche et en innovation, et dotée de campus situés en plein cœur de Montréal, à Sainte-Anne-de-Bellevue et en Outaouais, l'Université McGill se situe au Québec. Forte d'une réputation d'excellence remontant à 1821, l'Université McGill figure, année après année, parmi les meilleures universités du monde. Elle accueille chaque année plus de 40 000 étudiants et étudiantes provenant d'au-delà de 150 pays, communauté diversifiée et dynamique composant une riche mosaïque de perspectives sur le monde et de disciplines universitaires. Reconnue pour sa recherche de pointe, l'Université McGill propose un large éventail de programmes dans des domaines variés, dont la médecine, le génie, l'administration des affaires, le droit et les arts. Son illustre communauté diplômée et ses solides partenariats avec des entreprises et des établissements du monde entier témoignent de l'importance de son rôle de chef de file façonnant l'avenir de l'enseignement et de la recherche. Sise en plein cœur de Montréal, l'une des villes les plus dynamiques du Canada, l'Université McGill allie comme nulle autre tradition et innovation, ce qui en fait un cadre idéal d'apprentissage et de découverte on ne peut plus propice à l'épanouissement. Complément d'information : [www.mcgill.ca](http://www.mcgill.ca).

Afin de mener à bien sa mission et d'asseoir son statut d'université de premier plan vers laquelle convergent les talents du monde entier, l'Université McGill est à la recherche d'un(e) :

# Vice-recteur ou vice-rectrice, Communications

## Contexte

Relevant directement du recteur, le vice-recteur ou la vice-rectrice, Communications se voit confier une mission essentielle au succès de l'Université McGill : élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication et de marketing de nature à faire rayonner la marque McGill, ici comme partout dans le monde. Nous recherchons un(e) dirigeant(e) stratégique capable de fédérer et de guider toutes les équipes de communication de l'Université afin que les réalisations et les récits d'excellence de McGill soient présentés de manière convaincante et cohérente, dans les deux langues officielles du Canada.

## Aperçu du poste

La portée des attributions du vice-rectorat, Communications est vaste et couvre tout le spectre de la communication et du marketing. Ces dernières comprennent non seulement la supervision des initiatives de marketing, mais aussi la gestion de toutes les communications externes et internes ainsi que des stratégies de relations publiques, et la diffusion d'informations sur la vie universitaire et les réalisations de l'établissement. Grâce à des campagnes de relations publiques innovantes et à des stratégies de marketing numérique, le vice-recteur ou la vice-rectrice renforce notablement la présence de l'Université et favorise les échanges avec la communauté universitaire et le grand public, assoyant ainsi solidement la position de McGill à titre de chef de file en enseignement supérieur et en recherche.

En plus de s'acquitter de ces fonctions classiques de communication, le vice-recteur ou la vice-rectrice, Communications prodigue des conseils stratégiques dans des domaines tels que la gestion de la marque, le marketing numérique, les médias sociaux, les études de marché et la conformité aux normes de marketing éthique.

En somme, le vice-recteur ou la vice-rectrice, Communications est au cœur de la préservation et de la valorisation de la position de l'Université McGill en tant qu'acteur essentiel de la société et chef de file de l'innovation en enseignement supérieur.

Cette personne doit être un(e) dirigeant(e) visionnaire qui maîtrise l'art de la communication stratégique, de la persuasion et des relations humaines, et qui saura guider l'Université, avec clairvoyance et intégrité, dans le monde en pleine mutation de l'enseignement supérieur.

Nous recherchons un(e) dirigeant(e) non seulement à l'aise dans l'univers complexe des communications et du marketing, mais également capable d'incarner les valeurs et les aspirations de l'Université McGill, et de consolider ainsi la position de notre établissement à titre de chef de file de l'*ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR, FORGÉ ICI.*

## Principales fonctions

### Leadership en communications et marketing intégrés

- Fournir au recteur et à l'équipe de direction des conseils stratégiques sur un large éventail de sujets liés à la communication et au marketing, et formuler des recommandations en adéquation avec la vision et les objectifs de l'Université.
- Collaborer à l'élaboration de stratégies adaptées aux divers groupes de la communauté mcgilloise (effectif étudiant actuel et à venir, corps professoral, personnel, communauté diplômée) ainsi qu'aux partenaires locaux, commerciaux et stratégiques, tout en travaillant étroitement avec la haute direction pour faire progresser les grands projets alignés sur les objectifs d'enseignement et de recherche de l'Université.
- Diriger et galvaniser l'équipe des communications et du marketing chargée d'élaborer et de mettre en œuvre la nouvelle stratégie de communication et de marketing de l'Université qui, grâce à des initiatives de marketing stratégique, de valorisation et de communication, fera rayonner la marque McGill et servira les priorités de l'établissement.
- Exercer un leadership de haut niveau en marketing pour protéger, faire rayonner et valoriser la marque McGill auprès de tous les publics cibles, au Québec et partout dans le monde.
- Favoriser le recours à l'intelligence artificielle et aux progrès technologiques pour bonifier les prestations de marketing et de communication.
- Superviser la modernisation et l'optimisation du site Web de l'Université afin qu'il soit en adéquation avec les objectifs de l'Université, et orchestrer la mise en place d'un nouveau modèle Web pour les parties stratégiques du site.
- Mettre en valeur les actualités, les événements et les annonces de l'Université sur diverses plateformes (site du *McGill Reporter*, bulletins *Quoi de neuf @ McGill* et *McGill dans la ville*, etc.) et gérer les principaux médias sociaux de l'Université.

### Sauvegarde de la réputation

- Agir comme porte-parole de l'Université, particulièrement en période de crise, en faisant preuve d'une maîtrise de haut calibre des moyens de communication classiques et numériques. Diriger la gestion de crise et faire preuve d'un bon sens de l'anticipation dans les relations avec les médias externes.
- À titre de spécialiste des communications, interagir avec tous les paliers de gouvernement,

en collaboration avec les partenaires de l'Université (corps professoral, communauté diplômée, effectif étudiant, milieu des affaires, etc.) pour que l'Université McGill suscite la fierté et soit reconnue comme un atout pour le Québec.

- Contribuer à la planification stratégique de l'Université en œuvrant pour la croissance et en nouant des partenariats avec des parties prenantes de l'extérieur, le tout dans le but de participer à l'atteinte des objectifs de l'Université.
- Rehausser le statut de l'Université McGill au sein des réseaux québécois et canadien de l'enseignement supérieur par une participation active et un apport stratégique dans des dossiers d'intérêt.

## Rôle fédérateur

- Nouer des relations solides avec l'équipe de direction, le corps professoral, le personnel et l'effectif étudiant à titre de représentant(e), digne de confiance et de respect, des intérêts et des valeurs de l'Université.
- Structurer un réseau panuniversitaire solide dans le but de tirer pleinement parti du talent des spécialistes en communication et en marketing de tous les secteurs de l'Université.
- Se faire le chantre du bilinguisme dans les communications internes et externes en donnant l'exemple, en assurant le respect des lois linguistiques et en présentant l'Université McGill comme un acteur incontournable du réseau québécois de l'éducation.

## Critères de sélection

Le Comité consultatif a jugé que la personne idéale devait posséder les qualités, les attributs, les compétences et l'expérience ci-après. Tout en étant conscient qu'il est peu probable qu'une personne réponde parfaitement à tous ces critères, le Comité ne les considère pas moins hautement souhaitables.

- La personne idéale possède un baccalauréat et au moins 15 années d'expérience pertinente, ou une combinaison équivalente de formation et d'expérience. Une maîtrise dans une discipline pertinente sera considérée comme un atout.
- Elle fait montre de qualités de chef exceptionnelles, sait donner l'exemple et priorise le bien-être du personnel et des collègues, tout comme leurs besoins et leur perfectionnement. Elle sait naturellement tirer parti des talents de son équipe et des autres équipes mcgilloises, et installe une culture faite de respect, d'inclusivité et d'autonomisation.
- Elle possède une vaste expérience de leadership en marketing, en communication et en affaires publiques, acquise au sein d'organisations complexes et aux multiples composantes, assortie d'une feuille de route attestant sa capacité de fédérer les divers spécialistes de la communication vers l'atteinte d'un objectif commun. Cela suppose une bonne compréhension des fonctions de chacun dans un milieu complexe, et l'exercice d'une influence positive au plus haut niveau.
- Elle a fait la preuve de sa capacité à instaurer un dialogue avec des parties prenantes et des partenaires d'horizons divers en vue d'ébaucher et de concrétiser des objectifs communs ainsi que des priorités et des plans pour l'ensemble de l'organisation.
- Elle s'engage à incarner et à promouvoir les principes de l'Université – la liberté académique, l'intégrité, la responsabilité, l'équité et l'inclusivité – et à veiller à ce que ces principes guident tous les comportements et les interactions professionnels, tant au sein de la communauté universitaire qu'à l'extérieur des murs de l'Université.

- Elle est douée pour tisser des liens avec un large éventail de personnes et d'organisations, à l'Université comme ailleurs et dans des cadres officiels ou non, et pour nouer et entretenir des liens porteurs avec un grand nombre de parties prenantes, à savoir des représentants du gouvernement, l'effectif étudiant, le corps professoral, le personnel et, plus largement, la société québécoise.
- Elle possède une solide expérience de la planification stratégique et de la mise en œuvre de plans de marketing et de communication tous azimuts, notamment pour la gestion des enjeux et des crises, acquise au sein d'un environnement complexe aux multiples parties prenantes, doublée d'une bonne connaissance des avancées les plus récentes en technologie de l'information.
- Elle possède une capacité d'analyse, un sens de l'organisation et des compétences administratives exceptionnelles, et pratique un style de gestion axé sur les résultats et la collégialité. Plus précisément, elle se distingue par son entregent et ses compétences en communication, ce qui lui permet d'aller à la rencontre de publics divers et lui confère une capacité d'influence et de négociation hors du commun.
- Elle sait élaborer des cadres d'évaluation et établir des indicateurs clés de performance de nature à rendre compte du succès obtenu et, ainsi, à permettre d'orienter les efforts dans le bon sens.
- Elle possède une solide expérience des médias sociaux et une bonne connaissance des outils de marketing numérique, si bien qu'elle saura mettre à profit les plateformes et les technologies modernes dans les stratégies de marketing et de communication.
- Elle maîtrise à fond les deux langues officielles du Canada, compétence indispensable pour bien communiquer au Québec, au Canada et sur la scène internationale.
- Personne énergique, elle sait faire preuve de créativité dans la résolution de problèmes et ne rate jamais une occasion d'innover.
- Le candidat ou la candidate doit posséder la finesse et le savoir-faire nécessaires pour faire rayonner l'Université McGill au-delà de Montréal et mettre en valeur l'apport appréciable de cet établissement à l'économie et à la culture du Québec.

## Pour postuler

Les personnes intéressées sont invitées à soumettre leur candidature à [Morgan Philips Canada](#) en envoyant leur curriculum vitæ, accompagné d'une lettre d'intérêt, à M. Claude Martel ou à M<sup>me</sup> Julie-Catherine Racine, directeurs exécutifs et associés.

### Claude Martel

Directeur exécutif et associé

514 618-5243

[claudemartel@morganphilips.com](mailto:claudemartel@morganphilips.com)

### Julie-Catherine Racine

Directrice exécutive et associée

514 974-0330

[julie-catherine.racine@morganphilips.com](mailto:julie-catherine.racine@morganphilips.com)

L'Université McGill s'emploie à promouvoir l'équité et la diversité au sein de sa communauté et valorise la rigueur et l'excellence en enseignement et en recherche. Elle accueille favorablement la candidature de personnes racisées et de membres de minorités visibles ou ethniques, de femmes, d'Autochtones, de personnes en situation de handicap, de personnes de toutes orientations sexuelles et identités de genre ainsi que de toute personne qualifiée possédant les aptitudes et les connaissances nécessaires pour interagir efficacement au sein de groupes diversifiés.

Par ailleurs, l'Université prend équitablement en considération l'incidence des congés (p. ex. obligations familiales ou congés pour raisons de santé), qui peuvent entraîner des interruptions ou des ralentissements de carrière. Ainsi, elle encourage les candidat(e)s à signaler tout congé ayant eu une incidence sur leur rendement et pouvant avoir modifié leur parcours de carrière. Ces renseignements seront pris en compte aux fins d'évaluation équitable de leur dossier.

L'Université McGill dispose d'un programme d'équité en matière d'emploi et invite les membres des groupes désignés à indiquer leur appartenance à ces derniers. Elle tient également à s'assurer que les personnes en situation de handicap reçoivent un traitement équitable et s'intègrent pleinement à la vie universitaire, et c'est pourquoi elle met en œuvre les principes de conception universelle dans toutes ses sphères d'activité, conformément aux politiques et procédures relatives aux aménagements. Les personnes qui pourraient avoir besoin de certains aménagements à quelque étape que ce soit du processus de sélection sont invitées à communiquer avec [Morgan Philips Canada](#). Toutes les personnes qualifiées sont encouragées à postuler. Toutefois, conformément aux exigences de l'immigration canadienne, la priorité sera accordée aux personnes qui détiennent la citoyenneté canadienne ou la résidence permanente.