

Taux de réussite* / taux de réponse :

	Nb	%
Inscrits :	175	
Diplômés :	163	93%
Répondants :	101	62%

* nombre de diplômés / nombre d'inscrits

Caractéristiques des répondants :

	Nb	%
Sexe		
Hommes	32	32%
Femmes	69	68%

Régime d'inscription :

	Nb	%
Initiale (classique à temps plein)	65	64%
Continue *	7	7%
Apprentissage	27	27%
Reprise d'études	2	2%

* interruption depuis plus de 2 ans, salarié(e), congé individuel ou recherche d'emploi

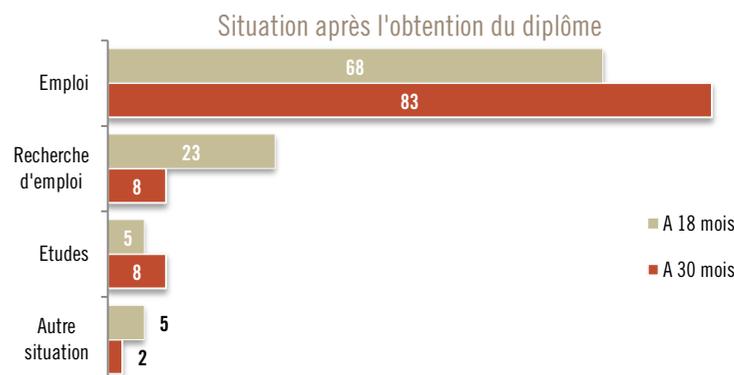
Caractéristiques de la poursuite d'études :

	Nb	%
Formation suivie		
Doctorat	3	38%
Master	1	13%
Autres formations	4	50%

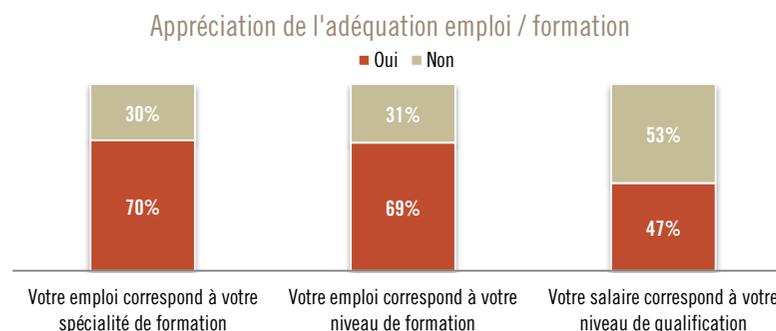
Lieu de poursuite d'études

	Nb	%
Poitou-Charentes	2	25%
Ile de France	3	38%
Autres régions	3	38%
Etranger	-	-

Pour tous les diplômés :



Pour les diplômés en emploi :



Pour tous les diplômés :

Avis sur la formation



Méthodologie :

Cette étude est menée auprès des diplômés 2013 de Master 2, 30 mois après l'obtention du diplôme, dans le cadre d'une enquête ministérielle nationale. Elle est réalisée par le Service des Etudes, de l'Evaluation et du Pilotage (SEEP) de l'Université de Poitiers. Le questionnaire est adressé par voie postale puis des relances téléphoniques sont effectuées. Les diplômés ont la possibilité de répondre par le biais d'internet. 1899 diplômés ont été interrogés hors formations à distance, formations délocalisées à l'étranger et formations dispensées dans des établissements partenaires, 1172 ont répondu au questionnaire, soit un taux de réponse de 63,1 %.

Taux d'insertion à 18 mois* : 75%

Taux d'insertion à 30 mois* : 91%

* diplômés occupant un emploi / diplômés présents sur le marché du travail

Caractéristiques de l'emploi occupé :

	A 18 mois		A 30 mois	
	Nb	%	Nb	%
Type d'emploi				
Emploi stable	41	60%	58	70%
CDD	20	29%	20	24%
Autres contrats	7	10%	5	6%
Catégorie socio-professionnelle				
Ingénieur, cadre	23	34%	37	45%
Technicien, agent de maîtrise	30	44%	35	42%
Employé, ouvrier	15	22%	11	13%
Salaire net mensuel médian	1 645 €		1 700 €	
Effectifs concernés	56		62	
<small>(Hors emploi à temps partiel, emploi à l'étranger, contrat en alternance)</small>				
Type d'employeur				
Entreprise privée	nd		64	77%
Fonction publique	nd		9	11%
Org. non lucratif ou association	nd		4	5%
Entreprise publique	nd		2	2%
Prof. libérale ou indépendant	nd		-	-
Autres	nd		4	5%
<small>nd = données non disponibles</small>				
Lieu d'emploi				
Poitou-Charentes	nd		21	25%
Ile de France	nd		25	30%
Autres régions	nd		28	34%
Etranger	nd		9	11%

Caractéristiques des emplois occupés au moment de l'enquête

Master 2 : Stratégie et marketing

Intitulé du poste	Descriptif des missions principales	Dpt
<u>Commerce international</u>		
Réceptionniste polyvalent	Responsable du bureau ski : gestion et réception à l'accueil d'un hôtel-club.	73
Account Executive	Développer les ventes de l'entreprise à l'international.	99
Chef de projets	Gestion de projets de la création du contrat jusqu'au lancement en production (gestion des équipes R&D et production, visite client, support à la Business Unit, suivi des jalons projets...).	86
Marketing coordinator	Coordination d'événements, mise en place de stratégies marketing.	99
Assistante administration des ventes internationales	Saisies des commandes clients, recherche de transporteurs, facturation, gestion des réclamations et des litiges, réapprovisionnements de stocks en Europe (zone UK-Irlande). Remplacements réguliers sur la Suisse et la Belgique sur plusieurs BU de produits.	35
Assistante import/export	A l'import : passer des commandes et assurer les suivis (jusqu'à la réception de la marchandise : mettre à jour les dates, contacter les transporteurs si achats EXW, faire l'entrée en stock informatique de la marchandise, assurer le paiement des fournisseurs...). A l'export : démarcher des clients, faire des offres, calculer les prix de ventes, saisir les commandes informatiquement, contacter transporteur (si ventes FCA ou autres, facturation des commandes...).	78
Directrice commerciale	Prospecter sur le marché chinois et européen, représentation des produits à l'étranger, organisation de salons, achats de produits, marketing, entretien du site Internet.	32
Technicien ordonnancement approvisionnement		85
Coordinateur export marketing		86
Account manager assistant		99
Assistante marketing	Création et élaboration de support de communication, suivi des stocks et des ventes.	83
<u>Intelligence économique et communication stratégique</u>		
Formateur recherche et veille sur Internet		67
Responsable développement marché	Marketing, Intelligence économique, export.	97
Analyste		78
Coordinatrice national	Coordonner et animer le réseau professionnel au national et régional. Développer le site Internet ressource, en partenariat avec le ministère de la culture. Organiser les événements (salon, rencontre, ...) Gérer également tout le côté administratif et développer l'économie de l'association (demande de subventions, ...).	75
Chargée de communication	Garant de l'image de l'entreprise. En charge de tous les aspects de communication financière et de la communication externe et interne du groupe.	75
Responsable veille	Conseil et formation en stratégie de veille et stratégie digitale.	44

Caractéristiques des emplois occupés au moment de l'enquête

Master 2 : Stratégie et marketing (suite)

Intitulé du poste	Descriptif des missions principales	Dpt
<u>Intelligence économique et communication stratégique</u>		
Chargé de mission		75
Chargée d'études marketing et de communication	Veille des études de marché et développement logiciel.	94
Research analyst		99
Responsable export		16
Consultant-formateur métiers action sociale		69
<u>Management des projets marketing</u>		
Chargée de marketing opérationnel	Mise en place d'actions commerciales, veille concurrentielle, dynamisation des sites Internet.	86
Chargé de mission sur un logiciel particulier	Former le personnel au nouveau logiciel et analyse de données.	89
Chargé de web-marketing	Search engine marketing (Google Adwords, Bing Ads), social media marketing (Facebook, Facebook Ads), affiliate marketing, développement commercial.	99
Chargée de veille et d'études marketing	Veille concurrentielle et sectorielle, analyse et traitement de données dans le cadre d'études quanti/quali, enquêtes mystère dans le cadre de la prospective, études ad hoc, aide à la décision.	86
Chef de produit digital	Gestion de 2 marques de transfert d'argent internationaux.	99
Gestionnaire de stocks et approvisionnements	Gestion et suivi des stocks, responsabilité d'un portefeuille de fournisseurs.	89
Chef de produit	Marketing.	56
Chargée de formation		94
Chef de produit		79
Responsable accueil commercial	Accueil physique et téléphonique, prospection et fidélisation clients (mise en place et suivi de diverses opérations). Création de supports de communication, diverses missions (ex. organisation d'événements, animation des réseaux sociaux, ...). Gestion de mon 1er projet, étalé sur une année.	44
Chargé d'analyse et de pilotage - Force de Vente		67
Promoteur des ventes	Veiller à ce que ses produits soient bien référencés dans les points de vente de sa zone. Référencer les nouveautés de son portefeuille en rayon. Assurer la visibilité de ses produits dans les rayons à travers la mise en place d'opérations de promotion négociées avec le chef de rayon (GMS). Remonter les informations terrain à son chef de vente, à sa direction.	75

Caractéristiques des emplois occupés au moment de l'enquête

Master 2 : Stratégie et marketing (suite)

Intitulé du poste	Descriptif des missions principales	Dpt
<u>Management des projets marketing</u>		
Commerciale sédentaire	Répondre aux commandes des clients (en business to business), régler les problèmes de matériels défectueux ou autres, s'occuper de tout ce qui touche à la relation clientèle en général.	35
Chargé de projet marketing	Plan d'action commercial (marketing opérationnel), animation et simulation réseau, relation client, analyse de dossier, etc.	45
Patron gérant	Management des projets.	16
Assistante marketing	Communication, mailing, qualification de client.	87
Responsable marketing et communication		79
Assistante commerciale	Saisie administrative.	72
Chef de secteur pour un groupe de tabac	Démarcher les buralistes et mettre en avant des produits, approvisionnement, commande, référencement de nouveaux produits.	87
<u>Marketing</u>		
Chargée de marketing b to b	Participation au développement du marché b to b.	86
Innovation Project Manager	Chef de projet innovation au sein d'un groupe du CAC 40, veille, projets, business, prototypage, culture d'innovation interne (globale, 140 000 employés).	75
Assistante clientèle	Accueil et conseil à la clientèle.	17
Consultant junior en organisation et management	Mise en place de systèmes d'information RH (AMOA SIRH), audit, réorganisation et réingénierie de processus.	75
Agent commerciale	Vendre la collection aux selleries.	78
Chargé d'études senior	Organisation du recueil de l'information et analyse des résultats.	75
Assistante administrative	Réception d'appels.	91
Adjoint de manager	Seconder dans la gestion du magasin : équipe, administration, emploi du temps, divers documents.	67

Caractéristiques des emplois occupés au moment de l'enquête

Master 2 : Stratégie et marketing (suite)

Intitulé du poste	Descriptif des missions principales	Dpt
<u>Marketing plurimédia et consommation</u>		
Design to print manager	Gérer des projets de développement packaging (exécution et photogravure) en implant chez le client.	92
Chargée d'affaire	Commercialisation et organisation d'événement.	92
Assistante web marketing		31
Marketing coordinator	Organisation d'événements, mise en place d'activités marketing en France, Pays-Bas, Belgique et Rep. Tchèque en étant en relation avec les distributeurs et agents pour promouvoir la marque. Suivi et mise en place du budget marketing, développement de POS.	99
Marketing manager	Gestion du marketing stratégique et opérationnel. Développement de produit de l'étude de marché à la mise en rayon passant par les voyage à l'usine, la négociation du prix, les tests avec enfants et le packaging.	99
Design to Print Manager	Responsable projets packaging de la gamme biscuits pour un client en implant.	92
Chargée de veille	Veille stratégique, rédaction de bulletin de veille pour différentes filières.	49
Chef d'entreprise		29
Chargé de production	Gérer les projets au seins de la société, ex publicité.	16
Auto-entrepreneur	Communication globale.	16
Chargée d'édition	Réalisation des supports de communication (catalogues, flyers..).	91
Responsable fichiers	Gestion des stocks, responsable des achats.	16
Coordinateur packaging		75
Responsable marketing	Veiller à la coordination du bureau marketing.	27
Manager GROWTH	Principe Internet, référencement naturel payant, committee management.	16
Coordinateur de projets packaging	Gestion de projets packaging.	75

Caractéristiques des emplois occupés au moment de l'enquête

Master 2 : Stratégie et marketing (suite)

Intitulé du poste	Descriptif des missions principales	Dpt
<u>Stratégie et management de la communication</u>		
Chargée de communication		6
Assistante communication	Mise en oeuvre de la procédure de convocation aux assemblées générales de caisses locales (réalisation, suivi et diffusion des supports d'information et communication). Assistanat sur les actions de l'unité. Communication clients : plan média, réalisation et suivi des supports de communication, reporting.	86
Responsable du service communication	Définir la stratégie de communication de l'établissement, déployer les moyens de communications adaptés pour parvenir aux objectifs fixés, encadrer une équipe.	44
Chef de projet web	Gestion et suivi de projet web, client.	86
Chargée de communication	Définition de la stratégie de communication, mise en oeuvre de la stratégie (web, événementielle, relations presses, etc.), recherche de subvention, rédaction des dossiers de demande de subvention, animation de réseau - partenariat...	79
Spécialiste Paid Media	Création et mise en ligne de campagnes de référencement payant (PPC), analyse des campagnes, recommandations. Création de contenu pour un blog de retail (content marketing/SEO).	99
Chargée de promotion commerciale	Réalisation des actions de communications commerciales pour le réseau : réalisation et conception d'outils d'aide à la vente (plv, e-mailings, mailings, encartage). Logistique de la présence de l'entreprise dans les salons. Entretien de partenariats web.	75
Community manager	Accroître la notoriété de mon entreprise et amener du trafic sur les différents sites web.	92
Chargé(e) de communication	Réflexion et mise en oeuvre de plans de communication, événementiel, promotion et prospection commerciale de l'activité, encadrement de salariés en insertion.	75
Chargé d'actions et de communication culturelles	Monter des projets culturels et en assurer la communication.	86
Téléacteur	Prise de rendez-vous par téléphone pour le compte d'équipes commerciales de clients BtoB.	17
Chef de projet éditorial	Coordination d'un projet de A à Z en interne avec les clients et en externe avec des journalistes, photographes etc. sur des publications internes ou externes print et web.	75
Chargée de communication et relation avec le public		17
Chargée de communication et marketing	Gérer la communication des agences d'une mutuelle (relation presse, graphisme, rédaction des courriers).	86
Collaborateur parlementaire	Accompagner député dans travail législatif communication, relation média.	75
Assistante marketing export	Refonte packaging, rédaction de supports de communication et argumentaires, création de PLV.	29
Chef de projet communication	Suivi de conception de catalogues pour la grande distribution.	92
Chef de projet digital	Tout ce qui est en relation avec le digital de la marque (réseaux sociaux, newsletters, création de programme fidélité, accompagnement au changement du site Internet,...).	81

Caractéristiques des formations suivies au moment de l'enquête

Master 2 : Stratégie et marketing

Niveau	Intitulé du diplôme préparé	Dpt
<u>Commerce international</u>		
Doctorat	Sciences de gestion	34
Ecole de commerce		75
<u>Intelligence économique et communication stratégique</u>		
Ecole de commerce	International Certificate in Corporate Finance (ICCF)	75
Autre	International certificate in corporate finance	75
<u>Management des projets marketing</u>		
Master 1	MEEF CPE	35
<u>Marketing</u>		
Doctorat	Sciences de gestion	86
<u>Marketing plurimédia et consommation</u>		
Concours de la fonction publique	Professeur des écoles	33
<u>Stratégie et management de la communication</u>		
Doctorat	Sciences de gestion	17