

Taux de réussite\* / taux de réponse :

	Nb	%
Inscrits :	82	
Diplômés :	79	96%
Répondants :	62	78%

\* nombre de diplômés / nombre d'inscrits

Caractéristiques des répondants :

	Nb	%
<b>Sexe :</b>		
Hommes	31	50%
Femmes	31	50%

Type de baccalauréat :

Bac général	36	58%
Bac technologique	25	40%
Bac professionnel	1	2%
Autre diplôme	-	-

Caractéristiques de la poursuite d'études :

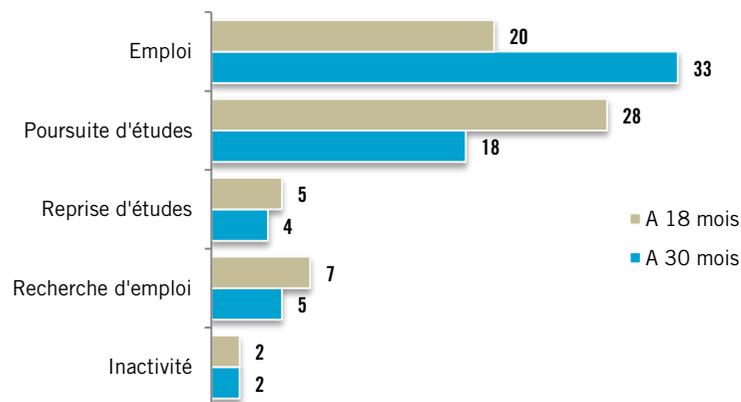
	Nb	%
<b>Formation suivie</b>		
Master	11	50%
Licence	2	9%
Ecole (ingénieur, commerce et/ou gestion)	6	27%
Autres formations	3	14%

Lieu de poursuite d'études

Nouvelle-Aquitaine	10	45%
Autres régions	11	50%
Etranger	1	5%

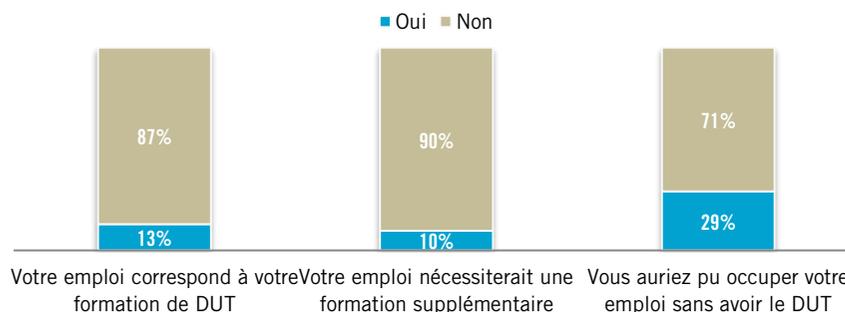
Pour tous les diplômés :

Situation des diplômés



Pour les diplômés en emploi :

Appréciation de l'adéquation emploi / formation



Méthodologie

Cette étude est menée auprès des diplômés 2015 de DUT 2e année, 30 mois après l'obtention du diplôme, dans le cadre d'une enquête ministérielle nationale. Elle est réalisée par l'Institut Universitaire de Technologie de Poitiers. Les diplômés ont la possibilité de répondre par le biais d'internet sur l'application SPHINX de la DGESIP (Direction Générale pour l'Enseignement Supérieur et l'Insertion Professionnelle). 673 diplômés ont été interrogés, 524 ont répondu au questionnaire, soit un taux de réponse de 77,9 %. Certains diplômés n'ont pas répondu à toutes les questions, les non-réponses ne sont pas comptabilisées dans le calcul des pourcentages.

Taux d'insertion à 18 mois\* : 74%

Taux d'insertion à 30 mois\* : 87%

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

Caractéristiques de l'emploi occupé :

Type d'emploi	A 18 mois		A 30 mois	
	Nb	%	Nb	%
Emploi stable	4	20%	8	24%
CDD	4	20%	6	18%
Autres contrats	12	60%	19	58%
<b>Catégorie socio-professionnelle</b>				
Ingénieur, cadre	1	5%	3	9%
Technicien, agent de maîtrise	5	25%	12	36%
Employé, ouvrier	14	70%	18	55%
<b>Salaire net mensuel médian</b>				
Effectifs concernés	6		9	
(Hors emploi à temps partiel, à l'étranger, en alternance ou service civique) ns : non significatif				
<b>Type d'employeur</b>				
Entreprise privée	nd		27	84%
Fonction publique	nd		3	9%
Org. non lucratif ou association	nd		-	-
Entreprise publique	nd		2	6%
Prof. libérale ou indépendant	nd		-	-
Autres	nd		-	-
nd = données non disponibles				
<b>Lieu d'emploi</b>				
Nouvelle-Aquitaine	nd		16	55%
Ile de France	nd		2	7%
Autres régions	nd		10	34%
Etranger	nd		1	3%

## Caractéristiques des emplois occupés au moment de l'enquête

### DUT 2 : Techniques de Commercialisation

Intitulé du poste	Descriptif des missions principales	Dpt
Chargé d'événementiel	Co-chef de projet dans l'organisation d'une tournée des plages d'une de nos marques, durant la période estivale et dans l'organisation de deux courses à pieds. Responsable de la co-organisation d'un trail nature en collaboration avec Grand-Paris-Seine-Ouest.	45
Renfort chargé de secteur	États des lieux et visites conseils, signatures de baux, visites techniques.	86
Responsable webmarketing et communication	Création de site : CMS WordPress - HTML / CSS / PHP - Web Design - UX / Arborescence. SEO / SEA : - Optimisation - Rédaction de contenu - Analyse (Google analytics, Search Console, Ranking Metrics ...) - campagne Google Adwords - campagne Google shopping. Communication : - Print : Cartes de visites, Kakémonos, plaquettes ... - Web : Campagne e-mailing, community management , animations Web ... - Relation presse et partenariats - Organisation de salons professionnels. Stratégie digitale : -analyse de la concurrence -création de produits et stratégies de prix.	17
Conseillère vendeuse		16
Acheteur hors production	Passer les commandes. Mener des appels d'offres. Construire une stratégie achat.	86
Employée logistique	En charge de la délivrance au niveau de la logistique donc en réserve, responsable de la remise au client.	16
		33
Intérimaire		79
Délégué commercial en pharmacie	Animation d'un portefeuille client. Prospection. Formation des équipes.	
Responsable commerciale, marketing & oenotourisme	Gérer les ventes en direct et dégustations. Promouvoir le domaine à travers les stratégies marketing (y compris la communication et les relations presse). Développer l'oenotourisme (visites du domaine, événementiel).	85
Acheteur stratégique	Gérer la relation entre les fournisseurs et les entreprises, négocier les contrats d'approvisionnement et des matières premières.	21
Commerciale véhicule neuf	Accueil et conseil client. Vente de véhicules neufs et de produits périphériques.	79
Chef de projet	Conseil, développement des structures, pilotage globale d'activité.	74
Apprentie communication	Communication numérique, événementiel, chargé de projet.	86
Chargé de clientèle de professionnel		37
Conseillère en assurance	Accueil de la clientèle. Travail de commercial, vente de contrats d'assurance.	86
Conseillère accueil		37

## Caractéristiques des emplois occupés au moment de l'enquête

### DUT 2 : Techniques de Commercialisation (suite)

Intitulé du poste	Descriptif des missions principales	Dpt
Gestionnaire commercial & marketing	Veille et achats sur certaines gammes de produits. Mise en place d'opérations marketing (promos...). Gestion de la communication et de la documentation (books, catalogues, présentations...)...	79
Service clientèle	Relation clientèle au téléphone : administration des ventes.	72
Assistante d'éducation	Surveillance et accompagnement d'élèves.	36
Apprenti maître d'hôtel	Gestion du personnel.	13
Chargé d'études ou d'actions de communication	En charge de la programmation des PLV numériques sur les écrans des agences en France. Participation aux créations print.	94
Manager trainee	Missions commerciales, administration et management.	86
Chargé de communication junior au service communication	Community management. Création de supports de communication. Communication interne et externe.	86
Chef de produit   Marques & communication	Participer au plan de communication. Conduire le plan média et relations presse. Recommander et conduire des actions d'activation des ventes sur les marques BVP.	91
Apprentie chargée de communication et des relations sociales	Rédaction d'articles internes. Présence et organisations des événements internes. Gestion de la communication interne. Création affiches, diaporamas, ou campagne de communication.	86
Community manager	Mise en place d'une stratégie de communication numérique dans le cadre de la nouvelle expérience d'un projet. Animation de la communauté du site avec l'utilisation des réseaux sociaux internes du groupe. Analyse des KPI et des données utilisateurs. Travail en "mode agile" sur un plateau projet. Création et rédaction de newsletters. Consolidation de liens entre diverses communautés. Participation aux activités de communication du pôle et amélioration continue du groupe.	94
Chef cuisto	Préparer les plats des clients.	17
Assistant web designer		
Guide des thés	Service client. Hôtesse de caisse.	

Caractéristiques des formations suivies au moment de l'enquête

**DUT 2 : Techniques de Commercialisation**

Niveau	Intitulé du diplôme préparé	Dpt
Ecole de commerce et/ou de gestion	Programme grande école	69
L3	L3 LEA	86
Ecole de commerce et/ou de gestion	Bachelor luxe, mode et designACHELOR LUXE, MODE ET DESIGN	33
Master 1	International MSC spécialisation digital marketing and communication	35
Master 2	SMK - Marketing	86
Ecole de commerce et/ou de gestion	École de commerce et management	91
Ecole de commerce et/ou de gestion	Master grandes écoles	34
Ecole de journalisme/de communication	MBA communication et management événementiel	75
Master 2	Marketing, parcours franchise et commerce en réseau	35
Ecole de journalisme/de communication	Studio école de France, spécialisation journalisme	92
Ecole de commerce et/ou de gestion	Programme grande école	17
Master 1	Marketing digital	73
Master 2	Marketing des services	17
Master 1	Banque et patrimoine	69
Master 1	MEEF 1er degré (Métiers de l'enseignement, de l'éducation et de la formation)	37
Autre	MSC in Creative advertising	99
Master 1	Management de l'innovation	87
Master 2	Programme école de commerce	17
L1	Histoire	86

Caractéristiques des formations suivies au moment de l'enquête

**DUT 2 : Techniques de Commercialisation (suite)**

Niveau	Intitulé du diplôme préparé	Dpt
Master 1	CSE - LEA	86
Ecole de commerce et/ou de gestion	Management sport M2 international	59
Master 1	Programme grand école	33
Master 1	International MSC spécialisation digital marketing and communication	35