

Taux de réussite* / taux de réponse :

	Nb	%
Inscrits :	191	
Diplômés :	178	93%
Répondants :	99	56%

* nombre de diplômés / nombre d'inscrits

Caractéristiques des répondants :

	Nb	%
Sexe		
Hommes	43	43%
Femmes	56	57%

Régime d'inscription :

	Nb	%
Initiale (classique à temps plein)	52	53%
Continue*	2	2%
Apprentissage	26	26%
Reprise d'études	5	5%
Contrat professionnel	14	14%

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

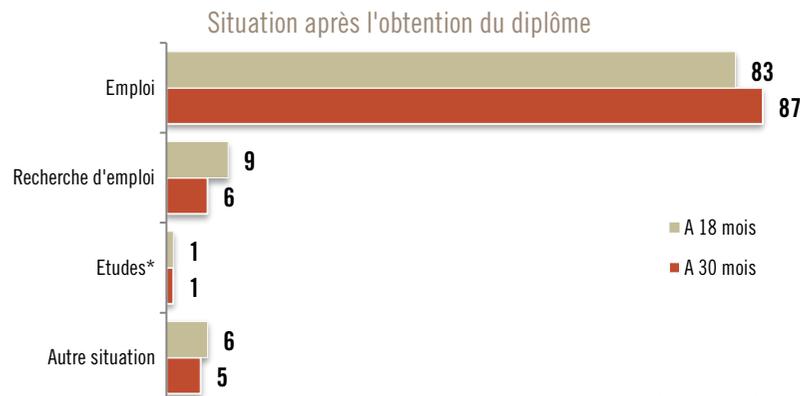
Caractéristiques de la poursuite d'études :

	Nb	%
Formation suivie		
Doctorat	-	-
Master	-	-
Autres formations	1	-

Lieu de poursuite d'études

	Nb	%
Nouvelle-Aquitaine	1	-
Ile de France	-	-
Autres régions	-	-
Etranger	-	-

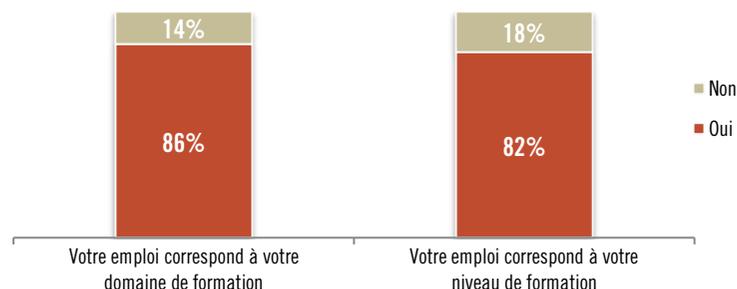
Pour tous les diplômés :



*les diplômés exerçant aussi un emploi sont comptabilisés uniquement en emploi.
Autre situation : service civique, stage, année sabbatique, inactivité

Pour les diplômés en emploi :

Appréciation de l'adéquation emploi / formation



Pour tous les diplômés :

Avis sur la formation



Méthodologie :

Cette étude est menée auprès des diplômés 2016 de Master 2, 30 mois après l'obtention du diplôme, dans le cadre d'une enquête ministérielle nationale. Elle est réalisée par l'Observatoire de la REussite et de la Vie Etudiante (OREVE) de l'Université de Poitiers. Les diplômés ont la possibilité de répondre par le biais d'Internet puis des relances téléphoniques sont effectuées. 2005 diplômés ont été interrogés hors formations à distance, formations délocalisées à l'étranger et formations dispensées dans des établissements partenaires, 1211 ont répondu au questionnaire, soit un taux de réponse de 60,4 %.

Taux d'insertion à 18 mois* : 90%

Taux d'insertion à 30 mois* : 94%

* 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 de contrat ou statut d'emploi				
CDI, fonctionnaire, prof.libérale	53	64%	76	87%
CDD	25	30%	8	9%
Autres contrats	5	6%	3	3%
Les pourcentages ne sont pas affichés si les effectifs sont < à 10				
CSP ou niveau d'emploi				
Ingénieur, cadre, prof.libérale, cat.A	47	57%	52	60%
Technicien, agent de maîtrise, cat.B	25	30%	23	26%
Employé, ouvrier, cat.C	11	13%	12	14%
Salaire net mensuel médian	1 800 €		1 900 €	
Effectifs concernés	61		63	
(Hors emploi à temps partiel, à l'étranger, en alternance ou service civique) ns : non significatif				
Type d'employeur				
Entreprise privée	nd		71	82%
Fonction publique	nd		4	5%
Org. non lucratif ou association	nd		5	6%
Entreprise publique	nd		2	2%
Prof.libérale, indépendant, vous-même	nd		5	6%
Autres	nd		-	-
nd = données non disponibles				
Lieu d'emploi				
Nouvelle-Aquitaine	nd		23	26%
Ile de France	nd		32	37%
Autres régions	nd		27	31%
Etranger	nd		5	6%

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 Poitiers</u>		
Responsable commercial	Management, gestion appel d'offre, vente.	36
Acheteuse famille	Gestion du portefeuille fournisseurs, des KPI (qualité, prix, délais...) et négociations avec les fournisseurs.	44
Élève officier sous contrat encadrement	Encore en cours de formation, encadrement d'une section.	35
Coordinatrice des ventes		99
Acheteur	Achats de maintenance, prestations intellectuelles, frais généraux, fournitures d'exploitation et sourcing international. Du recueil des besoins à la contractualisation fournisseur.	94
Chargée de service client	Gérer les exportations avec un portefeuille client.	13
Chargé d'affaires professionnelles	Développement des portefeuilles client, vente de produits financiers, prospection des futurs clients (professionnels).	75
Conseiller clientèle international	Suivi de clientèle, aide aux équipes commerciales.	37
Responsable de secteur grande et moyenne surface	Gestion d'un parc de 60 magasins pour une marque agroalimentaire . Référencement des différents produits de l'entreprise. Négociation et mise en place de réimplantation afin d'assurer la bonne position des produits en rayon. Négociation des mises en avant promotionnelle. Assurer les ventes valeurs et volumes. Gestion des budgets à allouer (merchandising/animation).	37
<u>Commerce international Segonzac</u>		
Conseillère en réglementation environnementale	Réglementations agricoles, sécurité, communication.	
Chargé de clientèle gestion sociale	Gestion de la paie.	
Assistant administration des ventes	Gestion des commandes : (suivi des paiements...) et des relations clients.	
Brasseur	Produire de la bière et la vendre.	
<u>Intelligence économique et communication stratégique</u>		
Sénior consultant en compliance	Cartographier les risques anti-corruption, audit, accompagnement lors d'opération de fusion et acquisition.	75
Conseiller de clientèle particulier	Conseils et vente de produits de bancassurance.	16
Chargée d'études et de recherche	Veille et études sur la concurrence et le marché en appui à la démarche de business développement de la société.	92

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 communication	Conception et mise en oeuvre d'actions de communication commerciales sur le segment jeunes (print, digital, événementiel...) Gestion des partenariats sportifs, santé, solidarité (démarchage, négociation, suivi, communication, événementiel...). En charge du déploiement des pages Facebook de nos agences (coaching des directeurs d'agence, community management...). Prise en charge de la communication pour l'ouverture et l'inauguration de notre 139ème agence. Pilotage des campagnes de communication pour nos rénovations d'agence. Gestion du plan d'affichage des 140 agences du territoire.	86
Coordonnatrice d'affaires		99
Analyste chargé de veille		75
Conseiller auprès du secrétaire général, groupe parlementaire	Conseil auprès du secrétaire général, coordinateur général du groupe. Responsable des textes d'initiatives parlementaires. Accompagnement des députés. Chargé du suivi de l'initiative parlementaire, de la politique interne du groupe parlementaire.	75
Expert associé	Renseignement économique.	92
Chargé de relations entreprises		92
Consultant veille et intelligence économique	Stratégies de surveillance Internet et réseaux sociaux.	75
Chargé de projets smartgrids	Communication, suivi de projets.	44
Manager campagne digitale	Optimiser la performance des campagnes digitales et gérer le côté administratif de ces campagnes.	75
Product owner	Accompagner le développement d'un produit digital.	33
Chef de projet éditorial		75
Chargée de projet économie circulaire	Déployer la stratégie économie circulaire d'un grand groupe. Côté éveil, communication interne et externe, business development.	75
Chargé de veilles et d'études		75
Chargé de veille économique	Veille personnalisée selon les clients, rédaction d'articles dans une revue professionnelle.	69
<u>Management des projets marketing</u>		
Consultant	Commercial (industrie lourde), conseil en société.	75
Chef de projet marketing junior	Définir les plans d'actions marketing (communication/animation), mise en marché de nouveaux services, élaboration de parcours clients digitaux...	29

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>		
Chargée de projets marketing		69
Conseillère en formation et chargée de communication digitale	Prospection, élaboration de devis, gestion des sites web, des réseaux sociaux, salons,...	49
Chargé de partenariats	Positionner la marque sur différentes thématiques, nouer des partenariats, communiquer.	79
Chargée de référencement web		85
Enseignante de chinois	Assurer le cours de chinois au collège.	56
Chargé de communication	Étude et création d'éléments de communication de façon générale.	86
Responsable gestion commerce	Gestion de sites, stratégie commerce, domaine, produit bien-être, dispositif médico intimité. Communication réseaux sociaux, référencement naturel. Gestion de projets temps plein, création site web. Graphisme.	33
Responsable marketing	Organisation de salons, gestion du site web et de la communication.	17
Chargée de communication		79
Analyste communication	S'occuper du service communication et évènementiel, de la communication avec les clients (sms, mailing, sites Internet), des partenariats (foires, salons, etc.).	17
Animatrice marketing et communication	Chargé en animation de toute l'équipe commerciale. Outil d'aide à la vente et des réseaux sociaux.	49
Chargé de projet marketing	Responsable du service consommateur	79
Animatrice d'assurance	Coordonner et piloter les activités qui doivent être réalisées par les collaborateurs du service (c'est-à-dire assumer l'ensemble des flux administratifs). Communiquer auprès des réseaux de distribution sur le thème des assurances.	17
Account manager chargé de compte client	Chargé de compte client dans une plateforme d'affiliation, des ventes et du trafic des commerçants.	59
Consultant	Gestion de projet, accompagnement au changement.	79
Consultante en marketing	Audit, conseil, formation et chef de projet.	17
Chargé marketing digital		16
Marketing and sales support manager	Marketing, communication, analyse des ventes.	35

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>		
Business manager	Recrutement, prospection, commerce, management.	35
Product manager	Chef de Produit de deux constructeurs automobiles pour le compte d'une entreprise (Pays-Bas) qui est leur filiale captive financière : management et stratégie du portefeuille produit et service, développement de nouvelles offres, CRM, projets transversaux (mise en place du leasing pour particulier, intégration d'un constructeur en tant que pays pilote dans le monde, création d'un outil de Business Intelligence...).	99
Chargé de projets	Gestion de projet digital.	79
<u>Marketing</u>		
Chef de produit automobile	Responsable Duster France	92
Chargé de communication international	Créer des outils de communication print, web et gérer l'événementiel.	92
Chef de produit - Acheteuse	S'occuper d'une centrale de magasins de jouets indépendants. Négocier pour le parc de magasins les conditions commerciales auprès des fournisseurs de jouets, et s'occuper de tout ce qui touche au produit : catalogue de Noël, animations en magasins... Le magasin reste cependant indépendant sur ses commandes.	37
Chargée d'études		44
Spécialiste en management et qualité de projet	Gestion de projet, des risques, des interfaces et financière, assurance qualité.	75
Chargé d'études quantitatives		92
Consultant en communication en social insight strategy	Veille corporate, influence digitale, s'assurer qu'il n'y ait pas de crises.	75
Chef de publicité	Gestion de projet de communication et clientèle.	53
Acheteuse	Sourcing matière, développement de matières sélectionnées, achat proprement dit, facturation, gestion de projet et retroplanning.	99
<u>Marketing plurimédia et consommation (parcours enfant)</u>		
Responsable marketing		75
Gérante d'entreprise		16
Assistante licences et merchandising	Licensing et produits dérivés, DVD, digital marketing.	75
Assistante marketing et packaging		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>Marketing plurimédia et consommation (parcours enfant)</u>		
Chargé de clientèle		33
Coordinateur développement packaging	Garantir des packagings conformes à ce qui a été spécifié par le marketing et qu'ils soient imprimés dans les temps.	75
Chargé de projet	Produit système U, packaging des produits, lien avec l'agence, lien entre création et impression.	94
Chef de projet design packaging	Gérer les clients, leur proposer des packagings pour une refonte de gamme ou de nouveaux produits, intégrer les nouveaux projets au planning, suivi des projets, organiser des shoots et les suivre (photographie), faire les retouches si besoin.	92
Chef de projet marketing junior	Prise de contact avec les clients, échange avec les relations clients et l'équipe créative, gestion de projet de A à Z, participation aux présentations clients.	75
Manager d'un réseau social professionnel	Prospection de nouveaux clients, négociation des contrats et suivi de la relation commerciale.	75
Chef de projet packaging	Gestion professionnelle, chef de produit, ingénieur en qualité emballage, développement de produit, gestion de projet packaging avec des fournisseurs.	94
Artiste plasticien	Animation d'ateliers d'arts plastiques, de conférences sur un art créé. Il s'agit de gravures sur le packaging, en associant du collage et de la peinture principalement.	99
Assistante achats		35
Chef de produit développement junior	Localisation des produits pour le marché français, création de contenu pédagogique, suivi du développement des produits pour le marché français.	78
<u>Stratégie et management de la communication</u>		
Responsable communication et marketing	Communication interne, externe, marketing stratégique et opérationnel.	94
Consultante d'application	Ateliers clients, spécifications fonctionnelles, tests, audits, avant-vente, soutenances, planification, gestion d'équipe de développeurs, communication client/projet.	44
Chargée de communication interne	Information des collaborateurs, organisation d'événements interne, gestion et déploiement de projets.	75
Chargée de communication	Organisation d'événements internes (conventions, soirées des vœux, séminaires...). Communication interne (création graphique d'affiches et newsletters...). Communication externe (mise à jour du site institutionnel, partage d'informations sur LinkedIn...).	92
Chef de projet communication	Communication	35
Chargé multimédia	Réalisation de supports de communication (vidéos et photos).	79
Conseillère en création d'entreprise	Formatrice-Conseil en création d'entreprise.	35

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>		
Consultante et formatrice en communication	Former des étudiants, collectivités territoriales et entreprises à la stratégie de communication.	33
Chargée de communication interne	Chargée de l'activité éditoriale au sein de la firme, gestion de projets.	92
Responsable communication et chef de projets événementiels		17
Planeur stratégie	Gérer les budgets communication des clients, sélection des fournisseurs, conseil en stratégie de communication (média etc), responsable des grands comptes et comptes clefs de l'agence, gestion des demandes clients, édition des revues, recommandation stratégique, rédaction de briefing et contrôle qualité.	37

Caractéristiques des formations suivies au moment de l'enquête

Master 2 : Stratégie et marketing

Niveau	Intitulé du diplôme préparé	Dpt
<u>Commerce international Segonzac</u>		
Autre	DU Recherche en sciences de gestion	86