

Taux de réussite\* / taux de réponse :

	Nb	%
Inscrits :	203	
Diplômés :	187	92%
Répondants :	121	65%

\* nombre de diplômés / nombre d'inscrits

Caractéristiques des répondants :

	Nb	%
Sexe		
Hommes	47	39%
Femmes	74	61%

Régime d'inscription :

	Nb	%
Initiale (classique à temps plein)	69	57%
Continue*	-	-
Apprentissage	44	36%
Reprise d'études	1	1%
Contrat professionnel	7	6%

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

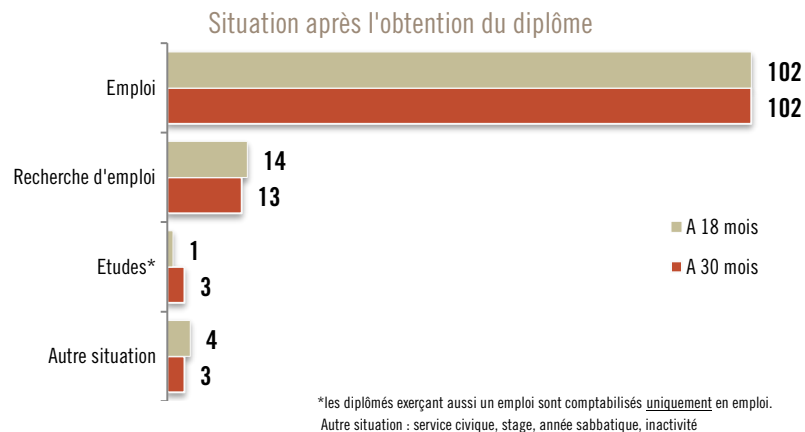
Caractéristiques de la poursuite d'études :

	Nb	%
Formation suivie		
Doctorat	-	-
Master	-	-
Autres formations	3	-

Lieu de poursuite d'études

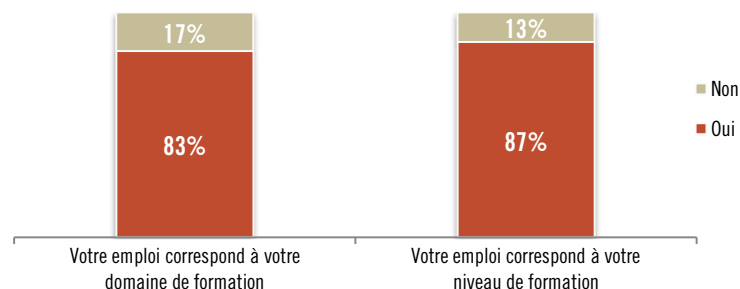
	Nb	%
Nouvelle-Aquitaine	3	-
Ile de France	-	-
Autres régions	-	-
Etranger	-	-

Pour tous les diplômés :



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 2018 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. 2111 diplômés ont été interrogés hors formations à distance, formations délocalisées à l'étranger et formations dispensées dans des établissements partenaires, 1383 ont répondu au questionnaire, soit un taux de réponse de 65,5 %.

Taux d'insertion à 18 mois\* : **88%**

Taux d'insertion à 30 mois\* : **89%**

\* 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	75	74%	93	91%
CDD	22	22%	5	5%
Autres contrats	5	5%	4	4%
Les pourcentages ne sont pas affichés si les effectifs sont < à 10				
CSP ou niveau d'emploi				
Ingénieur, cadre, prof.libérale, cat.A	56	55%	60	59%
Technicien, agent de maîtrise, cat.B	32	31%	28	27%
Employé, ouvrier, cat.C	14	14%	14	14%
Salaire net mensuel médian	1 900 €		2 022 €	
Effectifs concernés	94		84	
(Hors emploi à temps partiel, à l'étranger, en alternance ou service civique) ns : non significatif				
Type d'employeur				
Entreprise privée	nd		79	79%
Fonction publique	nd		5	5%
Org. non lucratif ou association	nd		8	8%
Entreprise publique	nd		4	4%
Prof.libérale, indépendant, vous-même	nd		3	3%
Autres	nd		1	1%
nd = données non disponibles				
Lieu d'emploi				
Nouvelle-Aquitaine	nd		19	19%
Ile de France	nd		51	51%
Autres régions	nd		27	27%
Etranger	nd		3	3%

## 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>		
Consultant système d'information	Implanter des système d'information chez des clients.	75
Chargée de production		75
Consultante SI		31
Chargée de projets		56
Assistant chef de produits	Coordination du style et de la production des produits de mode, avec des fournisseurs internationaux.	35
Commercial export	Développer une zone d'export.	28
Chargé de compte	Responsable d'un portefeuille client, développement des ventes et suivi des performances qualité.	33
Chef de projets achats	Chargé de projets achats, très souvent des projets liés à des problématiques de datas.	67
Gestionnaire en approvisionnement - Acheteuse	Saisie et suivi de commande, négociation avec les fournisseurs étrangers, gestion des litiges, gestion et suivi des stocks.	85
Acheteuse	Négociation, chef de projet, gestion de projet, analyse financière.	75
Supply chain manager	S'occuper des achats, des transports, de la gestion des inventaires et de la réorganisation informatique.	75
Chargé de commerce international	Ressourcing, achats, revente, relation avec les clients, médiation.	75
Account coordinator	Faire du référencement sur Google, du search engine advertising (SEA), la pub des clients.	92
<u>Intelligence économique et communication stratégique</u>		
Chargée de communication numérique		56
Chargée de l'animation de la stratégie d'innovation digitale		92
Chargée d'études et de recherche	Veille. Note/bios/ revue de presse pour les associés. Capitalisation des connaissances. Etudes concurrents.	92
Chargé de prévention et de gestion des risques	Prévention et gestion des risques - cartographie des risques et accompagnement des adhérents de l'organisme dans le plan de traitement de ces risques.	79

## 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 développement économique	Développer le tissu économique d'une communauté de communes. Aides aux entreprises. Implantation, développement d'entreprise. Travail institutionnel.	37
Productrice brain content	Mise en place d'opération spéciale au sein de la régie publicitaire.	75
Chargée de mission développement économique et territorial	Développement économique. Commercialisation de terrain à vocation économique.	85
Consultant veille et E-réputation	Veille pour mon client et bilan d'action.	75
Consultant en financement public	Accompagnement d'entreprises dans le cadre du financement de leurs projets d'innovation, à l'export et d'investissements.	92
Chargée d'intelligence économique	Réalisation d'études, responsable de la communication.	35
Chargée de veille, traitement et diffusion de l'information		75
Consultant énergie et transport	Accompagner les clients dans leurs projets de transformation digitale ou managériale (développement d'une application, étude stratégique, création d'une communauté et animation, coordination d'un groupe d'acteurs...).	92
Responsable marketing et commercial	Mettre en place le reporting analytique. Responsable commercial de certains clients. Beaucoup de gestion.	78
Consultant confirmé finance - risque opérationnel	Conseil aux entreprises spécialement dans le monde bancaire sur la gestion des risques opérationnels et leur outillage.	75
Responsable opérations		
Consultant en intelligence économique	Veille et influence stratégique dans les secteurs automobile et énergétique.	78
Consultante social media & e-influence	Concevoir des stratégies e-influence et social media pour les annonceurs.	75
Cheffe de projet acquisition digitale	Tout l'aspect en digital lors d'une acquisition nécessitant l'entreprise.	75
Chef de cabinet	Communication numérique du maire, son agenda, déplacement et organisation des rendez-vous.	91
Market research analyst	Prospection internationale et aides aux entreprises/institutions dans leurs investissements.	99
Responsable marketing et communication	Pilotage d'agences de communication et relation presse, gestion de supports de communication et marketing, gestion de campagnes marketing.	75
Consultant en intelligence collective confirmé	Mission de conseil, accompagnement au développement de la démarche de veille collaborative.	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>Intelligence économique et communication stratégique</u>		
Recherche d'intelligence économique territoriale	Observer, faire du benchmarking	86
Chargé de mission		35
Consultante achat	Acheteur publique en IT.	75
<u>Management des projets marketing</u>		
Key account manager	Développement des ventes.	78
Responsable marketing	Gestion du CRM, des événements, création de support, gestion de la qualité standard et norme ISO.	17
Organisateur bancaire	Assister et accompagner les pilotes de projets.	79
Chargé de communication	Promotion de l'entreprise, gestion administration, site Internet, création de campagne de support de communication et promotion.	44
Assistante marketing et communication	Gestion de l'ensemble de la communication et marketing d'un groupement de concession poids lourds.	28
Chargée de communication digitale		44
Facilitateur de tiers-lieu	Piloter le bâtiment, commercialiser des offres, animer le lieu.	86
Responsable marketing et communication	Choisir les bons produits pour les rayons, optimiser la place en rayon, communication ciblée.	17
Chargé de communication et d'accueil	50% accueil et relation publique, 50% création d'une stratégie de communication, de support et gestion de réseaux sociaux et site web.	86
Responsable	Graphisme, partenariats	79
Chef de projet commercial et marketing	Relation-client, en B to B et en B to C.	37
Chargée de produits digitaux	Gérer la maintenance	79
Consultant en transformation digitale et système d'information	Consultant en transformation digitale, assistance à gestion de projet, consultant en conduite du changement.	79
Chargé de projet	Planification de projets, gestion de ceux-ci.	50

## 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>		
Chef de projet	Définir les besoins du client, organisation du projet et du budget et attribuer les projets en interne ou en externe.	16
Conseiller clientèle		73
<u>Marketing</u>		
Chef de projet SEO	Optimisation des contenus pour un bon référencement sur les moteurs de recherche.	92
Business developer	Développement de l'activité commerciale de l'entreprise.	75
Chef de produit multimédia	Développement de nouvelles gammes de produit. Refonte de gammes actuelles. Gestion des prix : relevés concurrentes. Communication sur des salon internes.	94
Responsable d'activité commerciale	Mise en place des nouveautés et des saisonnalités.	75
Account manager	Animation d'un réseau de revendeurs. Développement de marques d'imprimantes 3D en France.	72
Consultant méthodologie de panel d'études	Conseil et formation sur la méthodologie et les outils de panel. Participation aux projets internes. Production de rapports dédiés aux fabricants.	95
Reponsable marketing		33
Auto-entrepreneur freelance	Marketing digital	75
Administrateur des ventes	Mise en avant des produits et opérations commerciales sur un site Internet.	33
Auto-entrepreneur		85
Account manager	Configurer les campagnes programmatiques sur des inventaires de diffusion variés, en s'assurant de répondre aux objectifs fixés par le client. Gestion des stratégies d'enchères, suivi des performances et mise en place d'optimisations. Travailler en étroite collaboration avec les account managers. Veille sur les outils et innovations du marché.	92
Chef de secteur	Assurer la présence des produits au sein des magasins de grande distribution.	17
Chef de projet en marketing	Envoi d'email et sms en destination des clients, réflexion et mise en place du plan d'action commerciale, gestion de projet.	95
Chef de produit	Développement produit, travailler sur le mix-marketing, études et analyse concurrence.	91
Coordinateur de production	Gestion de l'approvisionnement des marchandises, gestion du site Internet, management.	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</u>		
Forfaitiste	Organisation de voyages scolaires à l'étranger.	12
Chargé de projet marketing, administratif d'une épicerie en ligne bio	Charger de projet re-branding (changement d'image de marque), intégration du nouveau site d'e-commerce, intégration d'un logiciel de livraison, chargé de SEO (search engine of optimization), tâches administratives et RH.	99
Responsable marketing	Création de contenu	78
<u>Marketing plurimédia et consommation (parcours enfant)</u>		
Chef de produit junior arts graphiques	Développement de nouvelles marques et nouveaux produits, gestion de marques et produits existants (marques propres ou distribuées).	94
Assistante produit développement	Recherche et suivi des commandes fournisseurs. Validation et suivi des délais d'approvisionnement.	78
Chargée de promotion print et web	Gestion du site Internet, des séminaires commerciaux, opérations commerciales, promotion digitale (newsletters, pubs, Youtube et plateformes de streaming) et print (catalogues, invitations, salons, goodies, affiches, pubs, etc.).	75
Responsable marketing digital	Aquisition site web... site Internet, créer et refaire. consultant.	92
Cheffe de projet in store - marketing opérationnel	Gérer des campagnes d'animation commerciale dans toute la France. Conception de la campagne, des supports de formation, recrutement, formation, suivi opérationnel, gestion relation client.	93
Responsable développement produit junior	Développer les jouets électroniques pour qu'ils soient adaptés au marché français, traduire, approuver, tester.	75
Chargé clientèle		75
<u>Marketing plurimédia et consommation (parcours packaging)</u>		
Chargée de marketing opérationnel	Coordination des campagnes marketing multicanales.	75
Chargée de web marketing et communication	Communication, marketing, service client, community manager, gérer les commandes et le site Internet.	44
Manager de chaîne graphique	Accompagner client du design jusqu'à la livraison du produit et packs, gérer la chaîne graphique. Meeting. Echantillonnages. Lancer en production design.	75
Graphiste	Création d'intérieur, architecture, communication visuelle, créer une communication.	75
Responsable de secteur	Négocier l'entrée des produits en linéaire, merchandising, contrôler et mettre en œuvre des activités promotionnelles, rendre compte de ces activités, management d'une équipe.	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>Stratégie et management de la communication</u>		
Manager projet inbound marketing		35
Responsable communication	Création et déploiement du plan de communication.	16
Chargée de communication	Événements, site web, outils de communication, réseaux sociaux	75
Consultante en communication et accompagnement au changement	Accompagner la mise en place d'un nouvel intranet et communiquer autour du projet.	31
Chargée de communication	En charge de l'ensemble de la communication contractuelle d'une entité deux groupes. Gestion des mises à jour de documents, d'impression, de livraison, d'archivage etc. Faire également de la communication commerciale.	75
Chargée d'animation et développement de territoire	Communication 360, événementiel, politiques, parties prenantes...	79
Chef de publicité	Chef de projets print.	92
Chef de projet	Organisation d'événements	75
Apprenti opticienne	Vente d'équipement optique.	28
Chargé de communication		75
Chargée de communication digitale		
Chargé de communication	Gestion de site Internet et de réseaux sociaux, graphisme, relation avec la presse.	86
Chargée de communication	Une partie événementielle et une partie éditoriale.	79
Cheffe de projet dans l'évènementiel	Organisation d'événements et la relation client.	75
Chargé de communication	Spécialiser dans l'interne, faire en sorte que l'information circule dans l'entreprise.	75
Professeur des écoles	Enseigner le français, mathématiques, sciences, histoire-géographie, EPS.	99
Consultante en communication	Conseil dans la communication auprès de client.	44
Chargée de communication et d'administration	Gérer la communication des écoles municipales artistiques d'une collectivité territoriale.	94

## 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	CRFPA	86
<u>Intelligence économique et communication stratégique</u>		
Diplôme d'Université	Recherche en science de gestion	86
<u>Marketing plurimédia et consommation (parcours enfant)</u>		
Autre	CAP Pâtisserie	86