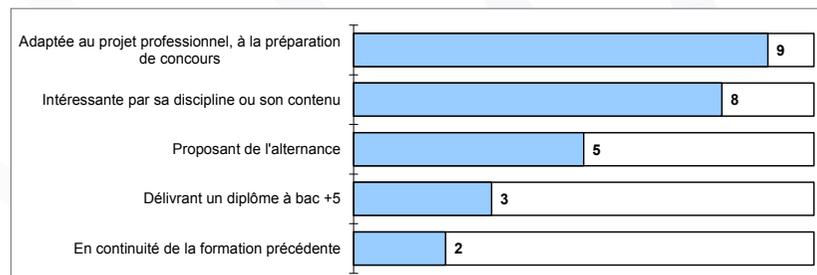


La promotion 2012

- ▶ 28 inscrits - 26 diplômés - 26 ont pu être contactés
- ▶ 12 répondants à l'enquête : **tous** en alternance
- ▶ 8 Bac S, 2 Bac ES, 1 Bac L, 1 Bac techno
- ▶ 10 filles, 2 garçons
- ▶ Age médian* à l'obtention du master : 24 ans (*la moitié a 24 ans)

■ Choix de la formation*



*Ils ont pu indiquer plusieurs raisons pour le choix de ce master.

Les parcours d'études

■ Poursuite d'études

Certains étudiants ont pu suivre plusieurs formations de 2012-13 à 2014-15
Entre l'obtention du master et le moment de l'enquête,
2 diplômés ont poursuivi ou repris leurs études

■ Durée

2 ont poursuivi 1 an

■ Type

2 dans une autre formation autre qu'en Doctorat,
qu'en CRFPA/CAPA/ENM ou que dans un autre M2

Accès à l'emploi (hors alternance et financement d'études)

Temps médian* d'accès au 1er emploi (hors alternance et financement d'études)

10 mois (sur 9 répondants) *La moitié a obtenu son emploi 10 mois après le master

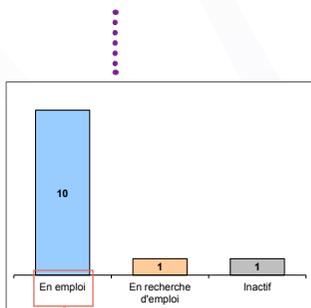
■ Nombre d'emplois depuis le master

5 ont exercé un seul emploi
4 ont exercé 2 emplois
3 ont exercé 3 emplois ou plus

Promo 2012

Diplômés

La situation à 18 mois au 1er décembre 2013



Les caractéristiques de l'emploi (Hors alternance et job étudiant)

■ Type de contrat

CDI - Fonctionnaires : 5
CDD - Intérim : 5

■ Salaire net mensuel (équivalent temps plein)

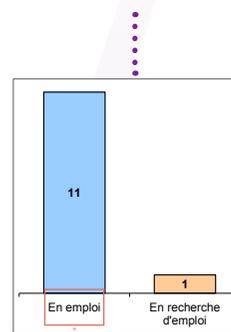


■ Temps de travail

Temps plein : 7
Temps partiel : 2

Lecture : 80% des diplômés (6 sur 7)
gagnent entre 1 200 € et 2 000 €.
La moitié gagne plus de 1 900 €

La situation à 30 mois au 1er décembre 2014



Les caractéristiques de l'emploi (Hors alternance et job étudiant)

■ Type de contrat

CDI - Fonctionnaires : 7
CDD - Intérim : 4

■ Salaire net mensuel (équivalent temps plein)



Lecture : 80% des diplômés (7 sur 9)
gagnent entre 1 500 € et 2 500 €.
La moitié gagne plus de 1 962 €

Promo 2012



4 diplômés occupent le même emploi
30 mois après l'obtention de leur master, qu'à 18 mois

UVSQ

Diplômés

L'insertion professionnelle à 30 mois au 1er décembre 2014

■ Niveau

Cadres et professions intellectuelles supérieures : 6
Professions intermédiaires : 5

■ Employeur

Privé : 11

■ Localisation

Ile-de-France (hors Paris) : 5
Paris : 4
Province - DOM : 2

■ Perception de la rémunération

- 6 ne sont pas satisfaits de leur niveau de rémunération
- 6 considèrent que leur salaire n'est pas en adéquation avec leur formation de master

■ Perception de l'emploi

- 10 sont satisfaits de leur emploi
- 4 recherchent un autre emploi
- 5 estiment que leur emploi aurait pu être occupé sans leur formation de master

■ Principaux attraits*

Diversité des tâches, polyvalence : 6
Corps de métier, secteur : 6
Autonomie : 4
Ambiance de travail : 4
Responsabilités : 3
Contact avec d'autres personnes : 1
Niveau du revenu : 1
Possibilité d'évolution : 1
Mobilité, voyages : 1

*Les diplômés ont pu indiquer plusieurs attraits.

■ Mode d'obtention*

Par relation familiale ou amicale : 5
Grâce à un cabinet de recrutement, un chasseur de têtes ou une agence d'intérim : 3
A la suite d'un emploi, d'un stage, d'un contrat en alternance : 3
Grâce à une annonce sur internet ou dans un journal : 1

*Les diplômés ont pu indiquer plusieurs modes d'obtention.

■ Secteur d'activité

Conseil, ingénierie et études : 4
Industrie : 3
Commerce, transports, hébergement, restauration : 3
Enseignement : 1

Promo 2012

UVSQ

Diplômés

L'insertion professionnelle à 30 mois au 1er décembre 2014

■ Emplois

Chef de projet marketing
Chef de projet marketing et commercial
Formateur international
Chargé d'études marketing international - Assistant
Chargé de marketing et de communication
Chef de produit - Acheteur
Chef de produit junior export
Chef de projet
Commercial
Assistant commercial
Assistant de communication

■ Missions

Briefing des clients, présentation des études pré-actives, veille sur le marché
Marketing opérationnel, prospection et développement
Conception et développement, formation des conseillers cosmétiques, animation en pharmacie
Relecture de commentaires et traitement de la cohérence, traduction en anglais, suivi des visites mystères
Organisation de salons professionnels, création de supports commerciaux, communication avec les médias
Développement de la gamme cosmétique, recherche et prospection de nouveaux distributeurs, achat et négociation
Développement de produits, validation des impressions, création d'outils marketing
Coordination, management, gestion de projet
Développement du chiffre d'affaires, implantation de la marque dans de nouvelles enseignes, fidélisation de la clientèle
Gestion des demandes clients, assistance des commerciaux, analyse des chiffres
Gestion de la relation avec la presse et les médias

Promo 2012