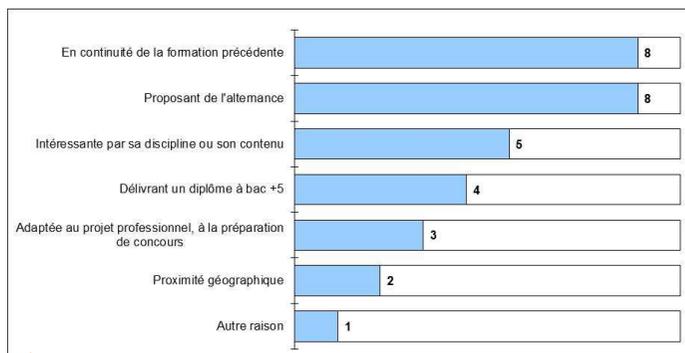


La promotion 2014

- 27 inscrits - 24 diplômés - 21 ont pu être contactés
- 10 répondants à l'enquête : 7 en alternance, 3 en formation initiale classique
- 8 Bac ES, 2 Bac L
- 10 femmes
- Age médian * à l'obtention du master : 24 ans
* La moitié a 24 ans (sur 10 répondants)

■ Choix de la formation*



* Les diplômés ont pu indiquer plusieurs raisons pour le choix de cette formation.

■ Projet professionnel

3 en termes de métier
4 en termes de secteur
3 sans projet } 6 ont vu leur projet conforté par la formation

Les parcours d'études

■ Poursuite d'études

Entre l'obtention du Master et le moment de l'enquête, 1 diplômé a poursuivi ou repris ses études, pendant 1 an, dans une formation autre qu'en Doctorat ou dans un second M2

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

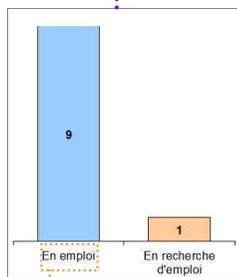
■ Temps médian * d'accès au 1^{er} emploi (hors alternance et financement d'études)

2 semaines (sur 10 répondants)
* La moitié a obtenu son 1^{er} emploi 2 semaines après le master

■ Nombre d'emplois depuis le master

7 ont exercé un seul emploi
2 ont exercé 2 emplois

La situation à 18 mois au 1^{er} décembre 2015

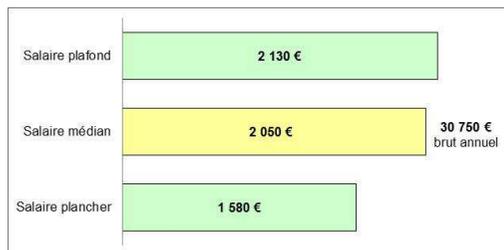


Les caractéristiques de l'emploi (hors alternance et financement d'études)

■ **Mode de financement**
CDI - Fonctionnaires : 9

■ **Temps de travail**
Temps plein : 8
Temps partiel : 1

■ **Salaire net mensuel (équivalent temps plein)**

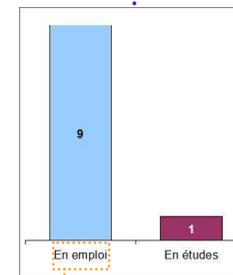


■ **Majoration (prime, 13^{ème} mois)**
7 en perçoivent
2 n'en perçoivent pas

■ **Montant de la majoration**
273 € (médiane, nette mensuelle)
4 100 € (médiane, brute annuelle)

Salaire médian : La moitié gagne plus de 2 050 €. 80% des diplômés (5 sur 6) gagnent entre 1 580 € et 2 130 €.

La situation à 30 mois au 1^{er} décembre 2016



Les caractéristiques de l'emploi (hors alternance et financement d'études)

■ **Mode de financement**
CDI - Fonctionnaires : 9

■ **Temps de travail**
Temps plein : 9

■ **Salaire net mensuel (équivalent temps plein)**



■ **Majoration (prime, 13^{ème} mois)**
7 en perçoivent
2 n'en perçoivent pas

■ **Montant de la majoration**
224 € (médiane, nette mensuelle)
3 363 € (médiane, brute annuelle)

Salaire médian : La moitié gagne plus de 2 050 €. 80% des diplômés (6 sur 8) gagnent entre 1 580 € et 2 430 €.

UVSQ

Diplômés

Promo 2014

7 diplômés occupent le même emploi
30 mois après l'obtention du Master, qu'à 18 mois

L'emploi à 30 mois au 1^{er} décembre 2016

■ **Niveau**
Professions intermédiaires : 5
Cadres et professions intellectuelles supérieures : 4

■ **Employeur**
Privé : 7
Public, semi-public : 1
Association : 1

■ **Localisation**
Ile-de-France (hors Paris) : 6
Paris : 2
Etranger : 1

■ **Perception de la rémunération**

- 6 sont satisfaits de leur niveau de rémunération
- 5 considèrent leur salaire en adéquation avec leur formation de master

■ **Perception de l'emploi**

- 7 sont satisfaits de leur emploi
- 4 estiment que leur emploi correspond à la formation de master
- 5 recherchent un autre emploi

■ **Emplois**

- Responsable communication
- Chargé de projet en marketing opérationnel et conseil en performance globale
- Chargé de communication (2)
- Chargé de communication
- Chargé de mission
- Consultant
- Assistant commercial
- Conseiller de vente

■ **Principaux attraits***

- Diversité des tâches, polyvalence : 7
- Autonomie, créativité : 5
- Responsabilités : 4
- Ambiance de travail : 4
- Possibilité d'évolution : 2
- Niveau du revenu : 2
- Corps de métier, secteur : 1
- Souplesse de l'emploi du temps : 1
- Aide apportée aux autres : 1

* Les diplômés ont pu indiquer plusieurs attraits.

■ **Mode d'obtention***

- A la suite d'un emploi, stage, alternance (promotion, transformation contrat) : 4
- Grâce à une annonce (internet, journal) : 2
- Par relations professionnelles : 2
- Par relations familiales ou amicales : 1

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

■ **Secteur d'activité**

- Informatique et communication : 2
- Commerce, transports, hébergement et restauration : 2
- Administration publique : 1
- Industrie : 1
- Organisations et services divers à la personne : 1
- Conseil, ingénierie et études : 1
- Finance et assurance : 1

■ **Missions**

- Communication interne et externe, recrutement
- Gestion des actions marketing, du site web, des blogs et des réseaux sociaux, création de campagnes marketing et de communication
- Déploiement de campagnes de communication, gestion des sites internet, des réseaux sociaux et des relations avec la presse, management d'équipe, montage des vidéos et des photos
- Information de la direction, fédération des équipes, communication auprès des clients (événementiel, relations publiques, éditorial)
- Gestion de processus, amélioration continue, conduite de changement
- Gestion de projet, recette fonctionnelle
- Gestion des campagnes promotionnelles, des contrats avec les fournisseurs et des bases de données
- Vente, conseil de la clientèle

Promo 2014