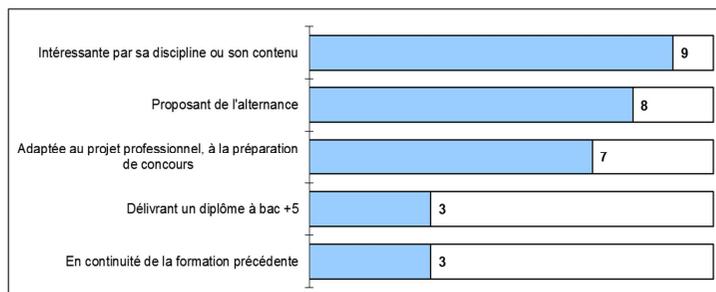


La promotion 2015

- 31 inscrits - 30 diplômés - 23 ont pu être contactés
- 10 répondants à l'enquête : **tous** en alternance
- 5 Bac ES, 5 Bac S
- 10 femmes
- Age médian * à l'obtention du master : **24,5 ans**
* La moitié a **24 ans et demi** (sur 10 répondants)

■ Choix de la formation*



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

■ Projet professionnel

6 en termes de secteur
4 en termes de métier } 9 ont vu leur projet conforté par la formation

Les parcours d'études

■ Poursuite d'études

Certains ont pu suivre plusieurs formations de 2015-16 à 2017-18
Entre l'obtention du Master et le moment de l'enquête,
aucun diplômé n'a poursuivi ou repris ses études

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

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

6 mois (sur 10 répondants)

* La moitié a obtenu son 1^{er} emploi 6 mois après le master

■ Nombre d'emplois depuis le master

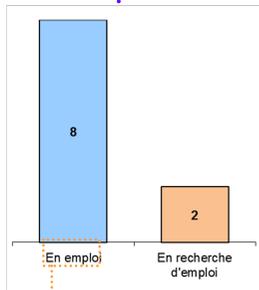
5 ont exercé un seul emploi

3 ont exercé 2 emplois

2 ont exercé 3 emplois ou plus

Promo 2015

La situation à **18 mois** au 1^{er} décembre 2016



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

■ **Mode de financement**

CDI - Fonctionnaires : 6
CDD - Intérim : 2

■ **Temps de travail**

Temps plein : 8

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



■ **Majoration (prime, 13ème mois)**

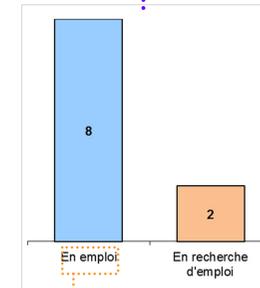
5 en perçoivent
2 n'en perçoivent pas

■ **Montant de la majoration**

241 € (médiane, nette mensuelle)
3 618 € (médiane, brute annuelle)

Salaire médian : La moitié gagne plus de 2 150 €.
80% des diplômés (5 sur 6) gagnent entre 1 700 € et 2 230 €.

La situation à **30 mois** au 1^{er} décembre 2017



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

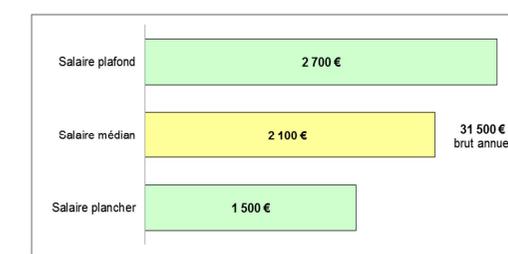
■ **Mode de financement**

CDI - Fonctionnaires : 6
CDD - Intérim : 2

■ **Temps de travail**

Temps plein : 8

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



■ **Majoration (prime, 13ème mois)**

5 en perçoivent
3 n'en perçoivent pas

■ **Montant de la majoration**

Non indiqué, pas assez de répondants

Salaire médian : La moitié gagne plus de 2 100 €.
80% des diplômés (6 sur 7) gagnent entre 1 500 € et 2 700 €.

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

Diplômés

UVSQ

Promo 2015

L'emploi à 30 mois au 1^{er} décembre 2017

Diplômés

UVSQ

■ Niveau

Cadres et professions intellectuelles supérieures : 6
Professions intermédiaires : 2

■ Employeur

Privé : 8

■ Localisation

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

■ Perception de la rémunération

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

■ Perception de l'emploi

- 8 sont satisfaits de leur niveau d'autonomie et de responsabilité
- 8 sont satisfaits de leurs missions
- 6 sont satisfaits de leurs conditions de travail
- 5 estiment que leur emploi correspond à leur formation de master



En définitive :

- 7 sont satisfaits de leur emploi
- 2 recherchent un autre emploi

■ Emplois

Responsable zone export en cosmétiques
Responsable marketing junior
(Junior Marketing Manager)

Chef de produit

Chef de produit marketing
Chargé de projet innovation

Chargé d'affaires qualité
Chef de projet digital
Ingénieur de développement

■ Mode d'obtention*

Grâce à une annonce (internet, journal) : 4
A la suite d'un emploi, stage, alternance (promotion, transformation contrat) : 2
Par relations professionnelles : 2
Par un organisme (Pôle emploi, APEC, mission locale) : 1
Suite au dépôt de CV sur internet, sur un réseau social professionnel : 1

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

■ Secteur d'activité

Commerce, transports, hébergement et restauration : 4
Informatique et communication : 1
Industrie : 1

■ Missions

Gestion des relations clients, développement et suivi du chiffre d'affaires sur la zone en charge

Création de supports marketing pour les projets clients et les présentations marketing, recherche de tendances, olfaction et évaluation de produits du marché
Analyse du marché et de la concurrence, élaboration des supports marketing, des campagnes promotionnelles et de lancement
Lancement de produits, organisation de salons, création de supports de promotion
Suivi de projet des études de consommateurs de parfums, briefs internes et mise en concurrence d'instituts, communication de l'information et création de synthèses
Garantie de la conformité des produits, respect du cahier des charges, des exigences de la marque et du consommateur
Définition de la stratégie de lancement de produit, production de contenu, coordination des marchés
Développement informatique, administration fonctionnelle de l'ERP

Promo 2015