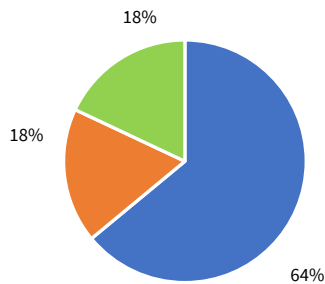
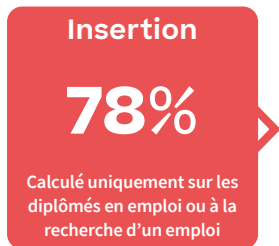


Master Marketing Vente ÉTUDES ET ACTIONS MARKETING

19 diplômés | 11 répondants*

* 3 en formation initiale, 8 en formation en alternance

Situation professionnelle au 1^{er} mars 2025



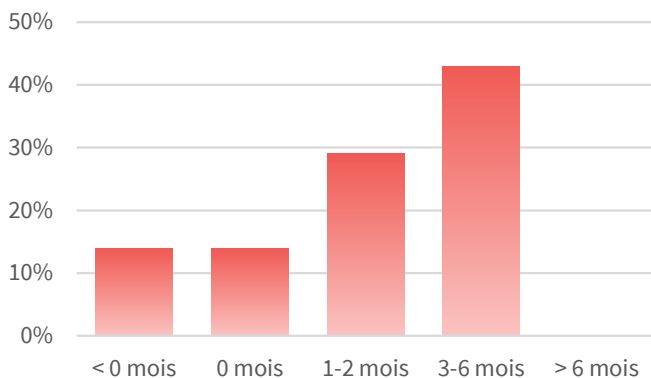
- Emploi *
- Recherche d'emploi
- Formation, poursuite d'études **

Rémunération brute annuelle
(primes et 13^e mois inclus, en K Euros)

37,9
Moyenne

37,0
Médiane

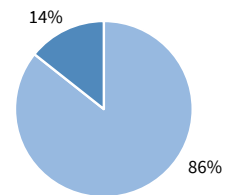
Durée de recherche



* Type et durée du contrat

7 répondants

- CDI
- Intérim

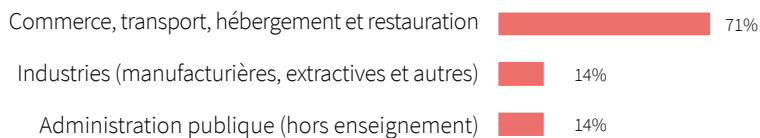


** Poursuite d'études

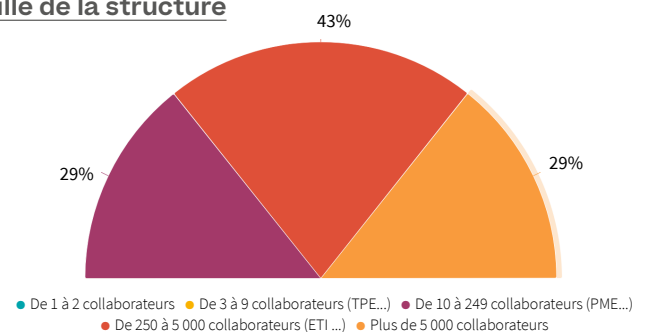
2 répondants

- 50% / 50% en Master / autre grade de diplôme (non universitaire)
- 100% dans un établissement privé du supérieur
- 100% en alternance (apprentissage)

Secteur d'activité



Taille de la structure

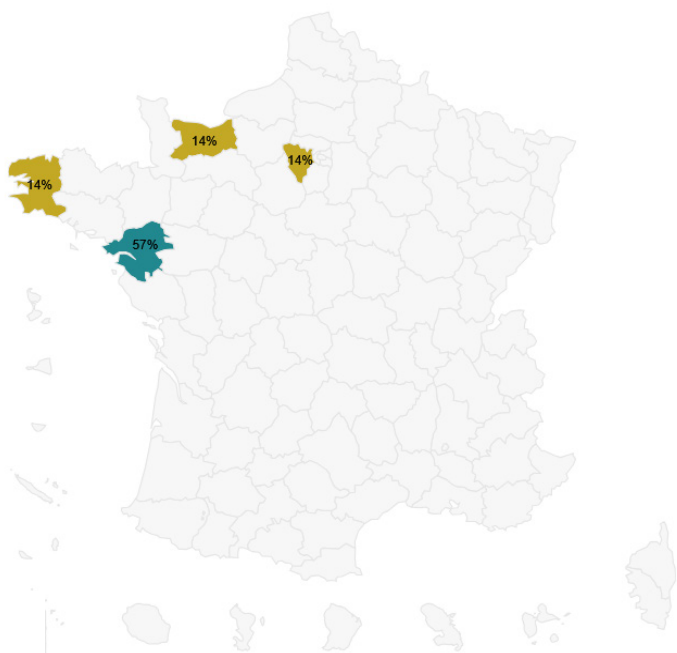


Groupe de fonctions

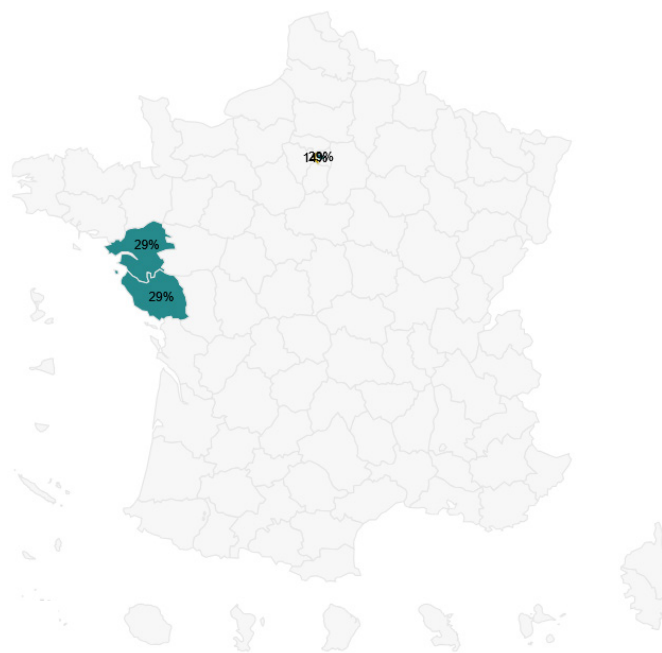


“Chargé de marketing”
“Chargé de catégorie”
“Chef de produit junior”
“Assistant commercial et gestionnaire des approvisionnements”
“Chef de produit”
“Chef de projet services Affinitaires”

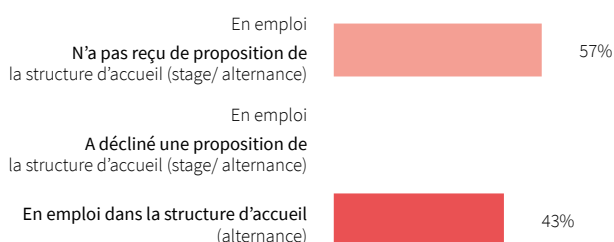
Département d'origine



Département d'activité professionnelle



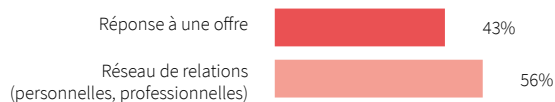
Lien entre l'emploi et le stage / alternance



88% L'expérience d'alternance a permis de trouver plus facilement un emploi

Démarche pour trouver l'emploi

(hors stage / alternance)

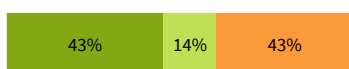


FOCUS RSE

Votre structure d'accueil intègre-t-elle les enjeux sociétaux et/ou environnementaux dans ses pratiques ?



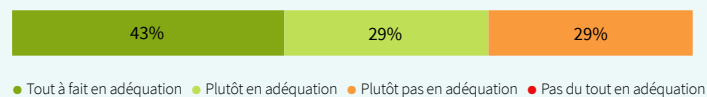
Vos missions comportent-elles une dimension sociétale et/ou environnementale ?



● OUI, tout à fait ● OUI, plutôt ● NON, plutôt pas ● NON, pas du tout ● Ne se prononce pas

Satisfaction

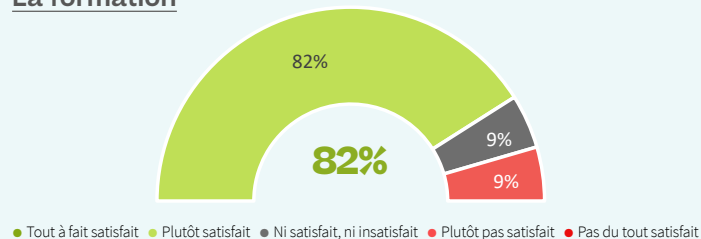
Adéquation perçue entre emploi et formation



L'emploi actuel



La formation



Le diplôme

- 7,5** /10 Valeur du diplôme sur le marché du travail
- 7,2** /10 Compétences acquises lors de la formation
- 6,6** /10 Adéquation de la formation avec les problématiques des entreprises et des administrations