

## ADMINISTRATION/MARKETING

RÉGIME COOPÉRATIF (33), RÉGIME RÉGULIER (5)

Personnes rejoignables	68	Hommes	19 ( 50 %)
Nombre de répondants	38	Femmes	19 ( 50 %)

Note : les pourcentages ne sont pas affichés pour les questions ayant 5 répondants ou moins.

### Situation des diplômés à la 1<sup>re</sup> semaine d'avril 2005 et 2006

	Avril 2005		Avril 2006	
	Nombre	%	Nombre	%
Sur le marché du travail	28	73,7	34	89,5
Aux études	7	18,4	2	5,3
Inactifs professionnellement	3	7,9	2	5,3
<b>Nombre total</b>	<b>38</b>		<b>38</b>	

### Situation des diplômés sur le marché du travail à la 1<sup>re</sup> semaine d'avril 2005 et 2006

	Avril 2005		Avril 2006	
	Nombre	%	Nombre	%
<b>En EMPLOI</b>	<b>27</b>	<b>96,4</b>	<b>33</b>	<b>97,1</b>
Ayant un emploi à temps plein	27	96,4	32	94,1
Ayant un emploi à temps partiel	0	0,0	1	2,9
Ayant plusieurs emplois à temps partiel	0	0,0	0	0,0
<b>Au CHÔMAGE</b>	<b>1</b>	<b>3,6</b>	<b>1</b>	<b>2,9</b>
<b>Nombre total</b>	<b>28</b>		<b>34</b>	

#### En emploi et poursuivant des études

0/27

1/33

Période écoulée pour obtenir un 1 <sup>er</sup> emploi à temps plein			Total	32
	Nombre	%	Nombre	%
Aucun délai	12	37,5	De 9 à 12 mois	1
De 0 à 3 mois	7	21,9	De 12 à 18 mois	3
De 3 à 6 mois	7	21,9	18 mois et plus	0
De 6 à 9 mois	0	0,0	Déjà en emploi avant les études	2

### Données relatives à l'EMPLOI pour la 1<sup>re</sup> semaine d'avril 2006

Correspondance études/travail	Total	33	Type de travail	Total	33
	Nombre	%		Nombre	%
Emplois reliés	32	97,0	Permanent	31	93,9
			Temporaire renouvelable	2	6,1
Emplois non reliés	1	3,0	Temporaire non renouvelable	0	0,0
			Temporaire mais ignore si renouvelable ou non	0	0,0

<b>Raison principale d'un travail non relié à la formation</b>			Total	0
	Nombre	%	Nombre	%
Opportunité plus intéressante	0		Pas trouvé d'emploi dans mon domaine	0
Pas trouvé d'emploi satisfaisant	0		Correspond à d'autres études	0
Concours de circonstances	0		J'ai conservé mon ancien emploi	0
Mes intérêts ont changé	0		Autre raison	0

### **Nombre total d'heures de travail par semaine**

<b>Travail à temps plein</b>	Total	32	<b>Travail à temps partiel</b>	Total	1
	Nombre	%		Nombre	%
De 30 à 45 h	22	68,8	Moins de 10 h	0	
De 46 à 54 h	7	21,9	De 10 à 19 h	0	
55 h et plus	3	9,4	De 20 à 29 h	1	
			De 30 à 45 h	0	

### **Salaire**

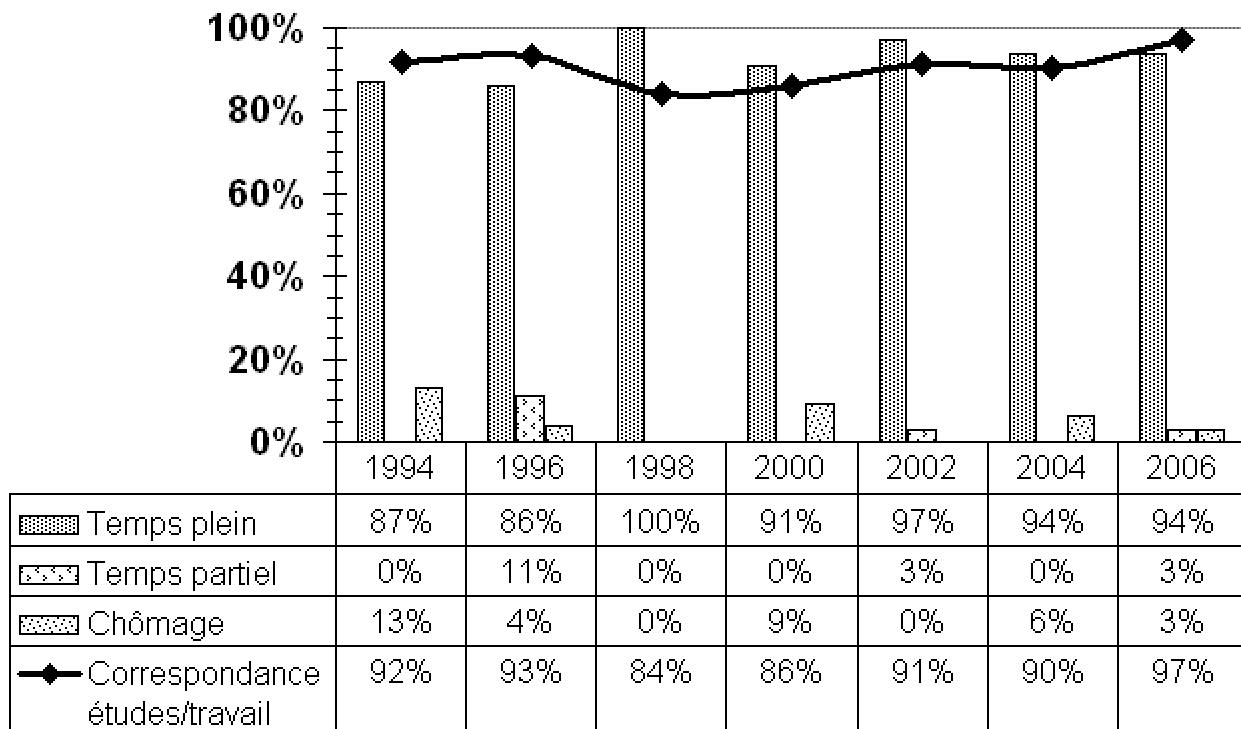
<b>Travail à temps plein</b>	Total	32	<b>Travail à temps partiel</b>	Total	1
	Nombre	%		Nombre	%
Salaire annuel			Salaire horaire		
Moins de 23 000 \$	0	0,0	Moins de 15,00 \$	0	
De 23 à 30 999 \$	3	9,4	De 15 à 21,99 \$	1	
De 31 à 36 999 \$	8	25,0	De 22 à 28,99 \$	0	
De 37 à 44 999 \$	12	37,5	De 29 à 35,99 \$	0	
De 45 à 50 999 \$	5	15,6	De 36 à 42,99 \$	0	
De 51 à 56 999 \$	2	6,3	43 \$ et plus	0	
57 000 \$ et plus	2	6,3			

<b>Raison principale d'un travail à temps partiel</b>			Total	1
	Nombre	%	Nombre	%
Seul emploi dans mon domaine	0		Occasion d'entrer dans l'entreprise	1
Pour rester dans ma région	0		Pas trouvé d'emploi à temps plein	0
À la suite de coupures	0		Par choix	0
Ma situation ne me permettait pas de travailler à temps plein	0		Pour étudier	0
			Autres	0

### **Commentaires**

Comme c'était le cas lors des enquêtes précédentes, l'accès au marché du travail des répondants du bac en marketing se fait sans difficultés majeures. Ceux qui désirent travailler décrochent un emploi à temps plein dans 94,1 % des cas; il n'y a que 2,9 % de chômage; 97 % des emplois correspondent à la formation reçue et plus de neuf fois sur dix (93,9 %), ce sont des postes permanents. Cette situation représente même un léger progrès lorsque comparée à la relance 2004 (voir le tableau ci-dessous).

On constate, aussi, que par rapport à l'ensemble des répondants du 1er cycle, ces diplômés travaillent généralement un plus grand nombre d'heures par semaine (31,3 % d'entre eux travaillent plus de 46 heures par semaine vs 15,4 %).



## Données relatives à la FORMATION et aux ÉTUDES

### Activités de FORMATION entreprises depuis la fin des études

Cours d'anglais (9)	Cours en techniques de vente (4)
Cours d'espagnol	Cours sur la gestion de la clientèle
Cours sur les fonds d'investissement	Cours sur les valeurs immobilières
Cours sur l'anti-blanchiment d'argent	Formation sur le commerce des valeurs mobilières
Formation Phil	Autres (3)

### Programmes d'ÉTUDES supplémentaires entreprises après le diplôme de premier cycle

Maîtrise marketing (4)	M.B.A. (gestion internationale)
Maîtrise études internationales	Certificat communication et multimédia

### Motif principal de la poursuite des études

	Nombre	%		Nombre	%	Total	%
Pas trouvé d'emploi	0	0,0	Augmenter mes compétences	4	57,1		
Pas trouvé d'emploi satisfaisant	1	14,3	Intérêt pour les études	0	0,0		
Augmenter mes possibilités d'emploi	1	14,3	Changer de domaine de formation	0	0,0		
Exigence de la profession	1	14,3	Exigence de l'employeur	0	0,0		
Obtenir poste ou salaire plus élevé	0	0,0	Autre	0	0,0		

### Lien entre les études supplémentaires et celles de 1<sup>er</sup> cycle

	Nombre	%		Nombre	%		Nombre	%
Même domaine	5	71,4	Domaine connexe	1	14,3	Autre domaine	1	14,3

**RÉGIME COOPÉRATIF****Représentant aux ventes**

- Gérer les comptes-clients existants.
- Prendre les commandes et assurer le suivi après-vente.
- Cordonner les activités promotionnelles.
- Présenter les nouveautés et en faire le lancement.
- Négocier des espaces et une meilleure distribution des produits.
- Prospecter une nouvelle clientèle.

- Industrie de l'alimentation
- Entreprise de produits cosmétiques
- Entreprise de publicité par objet
- Entreprise de gestion des déchets

**Assistant chef de marque**

- Cordonner les recherches en marketing et contribuer à l'élaboration des stratégies de commercialisation d'une marque de produits.
- Collaborer au développement de produits.
- Participer à la gestion de la publicité TV, du packaging et des promotions.
- Gérer le réseau de distribution.

- Industrie de l'alimentation (3)

**Chargé de projet en marketing**

- Procéder aux études de marché.
- Participer à l'élaboration des plans de marketing.
- Réaliser du matériel promotionnel.
- Développer un site Web et une application CRM (gestion de la relation client).
- Organisation d'événements.

- Entreprise de services
- Entreprise pharmaceutique

**Responsable marketing**

- Planifier et coordonner les activités liées à la commercialisation des produits ou services de l'entreprise.
- Procéder aux études de marché (les tendances de l'industrie et de la concurrence, le profil et les habitudes de consommation de la clientèle cible) et en analyser les résultats.
- Identifier les possibilités de développement de nouveaux marchés.
- Développer des stratégies de commercialisation et de fidélisation de la clientèle.
- Cordonner les activités de promotion.
- Superviser le travail des agences de publicité et des firmes de recherche.

- Entreprise de services
- Industrie de la construction

**Coordonnateur des promotions**

- Cordonner la promotion en ondes (de la conception à la réalisation).
- Trouver des idées pour de nouvelles promotions.
- Dénicher de nouveaux partenaires et établir les contacts.

- Station de radio (2)

**Chef de produits**

- Analyse des ventes et des habitudes de consommation de la clientèle.
- Création de produits.
- Élaboration, planification et gestion des stratégies promotionnelles et publicitaires.
- Coordination du réseau de distribution et du lancement de nouveaux produits.

- Société d'état

**Analyste en recherche marketing**

- Coordination de la recherche marketing.
- Recherche, analyse et interprétation des données.
- Rédaction de documents de vente.
- Mise sur pied et animation de formations auprès de conseillers publicitaires.

- Entreprise média

**Coordonnateur marketing et ventes**

- Superviser les agences de vente.
- Gérer la relation-client.
- Effectuer diverses analyses statistiques sur les ventes.
- Participer aux salons de vente et collaborer aux achats.
- Distribuer des échantillons et des catalogues de vente.

- Entreprise commerciale

**Analyste en marketing industriel**

- Entreprendre diverses recherches et sondages en marketing d'entreprises.
- Conseiller en termes de stratégies marketing.

- Firme-conseil en marketing

**Acheteur**

- Planifier les achats.
- Déterminer les quantités et décider des marchandises à acheter.
- Sélectionner les fournisseurs et les rencontrer afin de s'assurer de la qualité des produits.
- Négocier les prix et les modalités de livraison.
- Assurer le suivi des commandes.
- Visiter les salons, foires et expositions.
- Rechercher de nouveaux produits.

- Industrie de l'alimentation

**Coordonnateur d'événements**

- Participer à l'élaboration de la programmation.
- Exercer un contrôle logistique sur les différentes activités.
- Mettre en place les services et activités complémentaires (hébergement, transport, divertissement, restauration, etc.).
- Voir à l'aménagement des lieux.
- Effectuer le suivi budgétaire.

- Centre équestre.

**Président**

- Voir au bon fonctionnement de l'entreprise.
- Participer avec les autres membres de l'équipe au développement de solutions efficaces et créatives en marketing stratégique jeunesse (placement médias, commerce électronique, publicité télévisée, vidéos corporatifs, événements spéciaux, etc.).

- Firme-conseil en marketing

**Coordonnateur au marketing**

- Coordination de projets marketing associés au programme de récompense Air Miles (envoi postal, imprimé).
- Personne-ressource auprès des magasins.
- Développement de nouveaux programmes marketing et de campagnes promotionnelles pour accroître les ventes.

- Entreprise de l'alimentation

**Coordonnateur aux ventes et au service à la clientèle**

- Travailler en étroite collaboration avec le directeur des ventes et les vendeurs.
- Analyser les rapports des ventes, mettre à jour et diffuser l'information pertinente à la gestion des ventes.
- Superviser, améliorer et évaluer le département du service à la clientèle.

- Entreprise manufacturière.

**Formateur (vente au détail)**

- Concevoir, préparer, présenter et évaluer des activités de formation sur la gestion d'un dépanneur, la comptabilité, le marketing, etc.

- Compagnie pétrolière

**Gérant de café**

- Gestion des ressources humaines (embauche, congédiement, formation, horaires, rémunération, etc.).
- Gestion des stocks et des commandes.
- Supervision du service à la clientèle et du respect des normes de la marque.
- Entretien des équipements.
- Suivi financier et de l'évolution du chiffre d'affaires.

- Commerce

**Gestionnaire immobilier**

- Gestion des baux d'édifices à bureaux et d'un centre d'achats.
- Gestion du personnel.
- Prospection de nouveaux clients et locataires.
- Suivi des dépenses (entretien et rénovation des bâtiments).
- Organisation d'événements promotionnels.
- Achat d'espaces média (radio, télé, journaux).
- Relation avec les locataires.

- Entreprise de gestion immobilière

**Conseiller en placement**

- Gérer les actifs des clients de la banque.
- Analyser la situation économique et les mouvements boursiers.
- Étudier le portefeuille d'actions des clients et faire des recommandations adaptées à leurs objectifs financiers.
- Transmettre les ordres d'achat et de vente.
- Rédiger divers rapports financiers.

- Banque

**Conseiller financier**

- Service à la clientèle.
- Développement du marché et de l'accroissement de la clientèle.
- Vente de produits et services financiers.
- Prêts et placements.

- Institution financière.

**Directeur des comptes**

- Entretenir et faire fructifier les relations avec la clientèle actuelle.
- Gérer les comptes-clients.
- Négocier les contrats.
- Agir à titre d'intermédiaire entre le client et le service de la production.
- Développer de nouveaux marchés.

- Industrie des polymères

**RÉGIME RÉGULIER****Responsable du marketing**

- Développement des stratégies marketing, de la commercialisation et de la mise en marché.
- Service à la clientèle (entrepreneurs en construction) et vente.

- Entreprise de services d'architecture

**Gérant des ventes**

- Gestion des contrats de vente et de location.
- Responsable des opérations quotidiennes de la succursale.

- Industrie de la construction

**Responsable des ventes à l'interne**

- Support technique et administratif auprès des distributeurs et des représentants.
- Gestion des commandes et des achats de plusieurs fournisseurs.

- Entreprise manufacturière

**Gestionnaire des opérations**

- Coordonner les services techniques du parc aérien.

- Compagnie aérienne