

ADMINISTRATION/MARKETING

RÉGIME COOPÉRATIF (26), RÉGIME RÉGULIER (5)

Personnes rejoignables	76		Hommes	
Nombre de répondants	31	40,8 %	9 (29 %)	Femmes 22 (71 %)

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

Situation des diplômés à la 1^{re} semaine d'avril 2007 et 2008

	Avril 2007		Avril 2008	
	Nombre	%	Nombre	%
Sur le marché du travail	23	74,2	28	90,3
Aux études	7	22,6	3	9,7
Inactifs professionnellement	1	3,2	0	0,0
Nombre total	31		31	

Situation des diplômés sur le marché du travail à la 1^{re} semaine d'avril 2007 et 2008

	Avril 2007		Avril 2008	
	Nombre	%	Nombre	%
En EMPLOI	19	82,6	24	85,7
Ayant un emploi à temps plein	19	82,6	23	82,1
Ayant un emploi à temps partiel	0	0,0	1	3,6
Ayant plusieurs emplois à temps partiel	0	0,0	0	0,0
Au CHÔMAGE	4	17,4	4	14,3
Nombre total	23		28	
En emploi et poursuivant des études	1/19		1/24	

Période écoulée pour obtenir un 1^{er} emploi à temps plein

	Total		Total		
	Nombre	%	Nombre	%	
Aucun délai	7	26,9	De 9 à 12 mois	1	3,8
De 0 à 3 mois	6	23,1	De 12 à 18 mois	1	3,8
De 3 à 6 mois	7	26,9	18 mois et plus	0	0,0
De 6 à 9 mois	3	11,5	Déjà en emploi avant les études	1	3,8

Données relatives à l'EMPLOI pour la 1^{re} semaine d'avril 2008

Correspondance études/travail			Type de travail		
	Total	24	Total	24	
	Nombre	%	Nombre	%	
Emplois reliés	19	79,2	Permanent	23	95,8
Emplois non reliés	5	20,8	Temporaire renouvelable	0	0,0
			Temporaire non renouvelable	0	0,0
			Temporaire mais ignore si renouvelable ou non	1	4,2

Raison principale d'un travail non relié à la formation				Total	
	Nombre	%		Nombre	%
Occasion d'entrer dans l'entreprise	0		Pas trouvé d'emploi dans mon domaine	0	
J'ai pris le premier emploi disponible	1		Correspond à d'autres études	0	
L'emploi m'intéressait davantage	0		J'ai conservé mon ancien emploi	0	
Mes intérêts ont changé	0		Autre raison	1	

Nombre total d'heures de travail par semaine

Travail à temps plein			Travail à temps partiel		
	Total	%		Total	%
	Nombre	%		Nombre	%
De 30 à 45 h	20	87,0	Moins de 10 h	0	
De 46 à 54 h	3	13,0	De 10 à 19 h	1	
55 h et plus	0	0,0	De 20 à 29 h	0	
			De 30 à 45 h	0	

Salaires

Travail à temps plein			Travail à temps partiel		
	Total	%		Total	%
	Nombre	%		Nombre	%
Moins de 23 000 \$	0	0,0	Moins de 15,00 \$	0	
De 23 à 30 999 \$	1	4,3	De 15 à 21,99 \$	1	
De 31 à 36 999 \$	6	26,1	De 22 à 28,99 \$	0	
De 37 à 44 999 \$	7	30,4	De 29 à 35,99 \$	0	
De 45 à 50 999 \$	4	17,4	De 36 à 42,99 \$	0	
De 51 à 56 999 \$	2	8,7	43 \$ et plus	0	
57 000 \$ et plus	3	13,0			

Raison principale d'un travail à temps partiel				Total	
	Nombre	%		Nombre	%
Seul emploi dans mon domaine	0		Occasion d'entrer dans l'entreprise	0	
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	1	

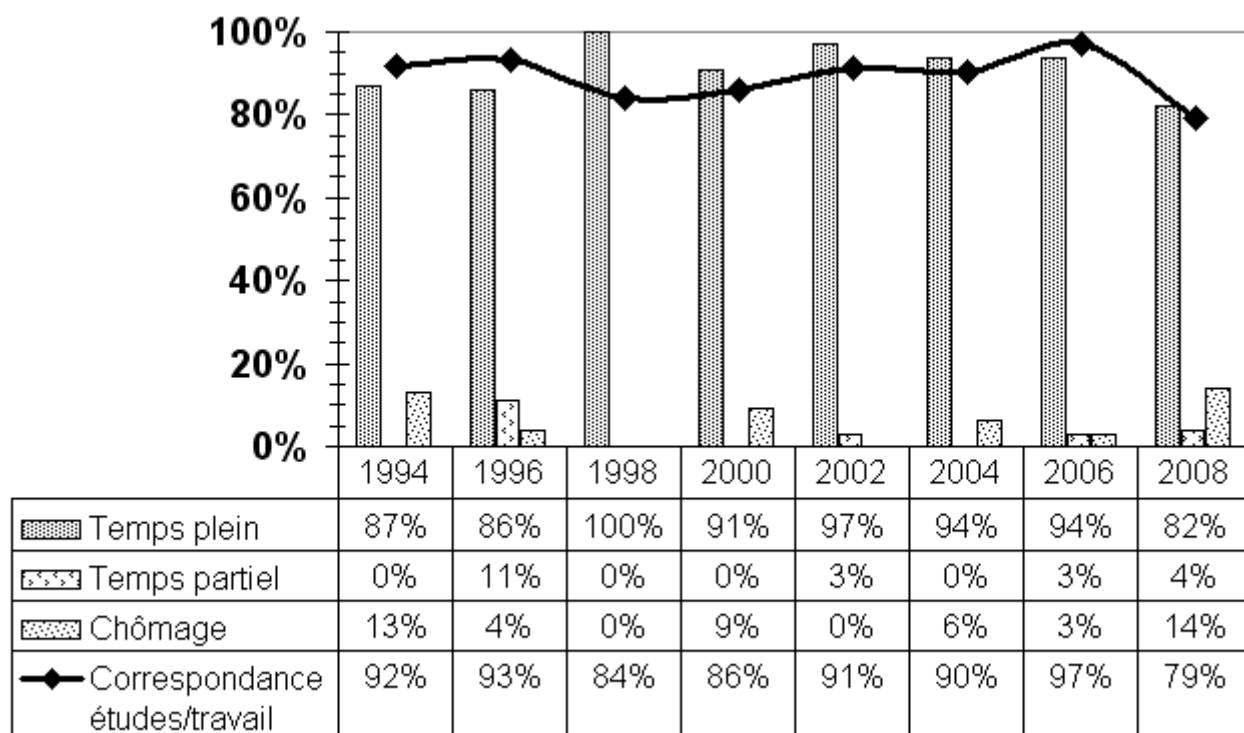
Commentaires

L'accès au marché du travail reste bon mais plus difficile lorsque comparé aux relances antérieures:

- moins d'emploi à temps plein;
- taux de chômage plus élevé;
- pourcentage plus faible de correspondance études-travail.

Par contre, les salaires sont en hausse (plus de 45 000 \$: 39,1 % vs 28,2 % en 2006).

Amis, parents ou connaissances (40 %) et internet (35 %) sont les moyens privilégiés pour accéder au 1er emploi à temps plein.



Données relatives à la FORMATION et aux ÉTUDES

Activités de FORMATION entreprises depuis la fin des études

Cours d'anglais (3)

Formation sur la communication efficace et motivante

Formation sur "s'organiser pour ne pas oublier"

Atelier sur la recherche d'emploi

Cours en RCR et secourisme

Formation en financement et placement

Formation en production imprimée

Cours d'architecture

Programmes d'ÉTUDES supplémentaires entrepris après le diplôme de premier cycle

Maîtrise en marketing (6)

Certificat en planification financière

Bac en design architectural (2)

AEC agent immobilier

Motif principal de la poursuite des études

	Nombre		%		Total	%	
	Nombre	%	Nombre	%		Nombre	%
Pas trouvé d'emploi	0	0,0	Augmenter mes compétences	3	30,0		
Pas trouvé d'emploi satisfaisant	0	0,0	Intérêt pour les études	0	0,0		
Augmenter mes possibilités d'emploi	3	30,0	Changer de domaine de formation	1	10,0		
Exigence de la profession	0	0,0	Exigence de l'employeur	1	10,0		
Obtenir poste ou salaire plus élevé	0	0,0	Autre	2	20,0		

Lien entre les études supplémentaires et celles de 1^{er} cycle

	Nombre		%		Total	%		
	Nombre	%	Nombre	%		Nombre	%	
Même domaine	6	60,0	Domaine connexe	1	10,0	Autre domaine	3	30,0

ADMINISTRATION/MARKETING

Description des emplois

RÉGIME COOPÉRATIF

Conseiller marketing

- Coordonner la planification, la création et la préparation des publicités.
 - Planifier et organiser divers événements et activités promotionnelles.
 - Réaliser les études de marchés (tendance de l'industrie et de la concurrence, le profil et les habitudes de consommations de la clientèle cible et potentielle) et en analyser les résultats.
 - Assurer le suivi des ventes.
 - Effectuer des sondages qualitatifs (études de notoriété et de satisfaction).
- Distributeur de matériel et fournitures électriques
 - N.D

Analyste marketing

- Concevoir et réaliser diverses études sur mesure pour le compte de clients publics ou privés.
 - Analyser et présenter les résultats des recherches que ce soit:
 - en stratégie marketing (segmentation, positionnement, branding,..),
 - en communications et publicité (pré et post-test, évaluation de sites web...),
 - en développement de produits et services (tests de produits, de marché, d'emballage, de prix...),
 - ou sur les indicateurs de performance (notoriété, satisfaction...).
- Entreprise de services conseils en marketing

Responsable du marketing

- Planifier et coordonner les activités liées à la commercialisation des produits et des services de l'entreprise.
 - Identifier les possibilités de développement de nouveaux marchés.
 - Avoir la responsabilité des ventes et de la clientèle corporative.
 - Superviser les activités de télémarketing.
- Coopérative de télécommunications

Assistant chef de marque

- Coordonner les recherches en marketing et contribuer à l'élaboration des stratégies de commercialisation d'un portefeuille de marques.
 - Participer à la gestion de la publicité et des promotions.
 - Gérer le réseau de distribution.
- Entreprise commerciale de produits importés

Délégué commercial

- Service à la clientèle.
 - Élaboration et mise en place d'un plan de marketing.
 - Développement de nouveaux marchés et recherche de clients.
 - Planification et organisation d'événements et d'activités promotionnelles.
- Hôtel

Coordonnateur de la publicité

- Coordonner la production des publicités imprimées
 - Développer des stratégies de commercialisation et de fidélisation.
 - Planifier et organiser divers événements et activités promotionnelles.
 - Administrer le budget du secteur publicité.
- Marché d'alimentation

Chargé de projet en publicité

- Servir d'intermédiaire entre le client et l'équipe de conception.
 - Prendre contact avec le client afin de spécifier les objectifs de la campagne publicitaire et le budget.
 - S'informer sur le produit et l'environnement commercial.
 - Concevoir et proposer une stratégie publicitaire.
 - Négocier le budget.
 - Présenter le projet à l'équipe artistique et superviser la production.
 - Gérer le dossier de a à z.
- Agence de publicité

Agent de recherche marketing

- Coordination de la recherche marketing.
- Collecte de données, analyse et interprétation.
- Présentation des résultats de la recherche.
- Veille concurrentielle.

- Entreprise manufacturière

Conseiller aux promotions

- Rencontrer les clients.
- Établir les paramètres et les objectifs de la campagne promotionnelle (budget, cible, etc.).
- Trouver de nouvelles idées et développer des stratégies promotionnelles.
- Assurer le suivi de réalisation des projets.
- Contrôler les budgets et les échéanciers.
- Facturer.

- Agence de publicité

Analyste de produit

- Effectuer des analyses sur les ventes et les tendances du marché pour certains produits.
- Planifier les saisons.
- Élaborer des plans d'assortiment et faire des recommandations pour les achats et les modèles de chaque produit.
- Tenir à jour des graphiques sur les tendances ventes par produit, par taille et par couleur afin de recommander les achats optimaux.

- Entreprise commerciale

Chargé de comptes

- Établir une relation de travail et de collaboration avec les clients.
- Élaborer le plan de travail et les échéanciers.
- Assurer la communication et la compréhension des projets aux équipes de création et de production.
- Diriger, coordonner et contrôler le déroulement des projets (échéanciers, briefing, maquettes, textes, corrections, etc.).
- Assurer le suivi et le contrôle des budgets.

- Agence de communication

Directeur des ventes régional

- Gérer et encadrer, sur un territoire donné, une équipe de vendeurs afin qu'ils atteignent les standards de l'entreprise en termes de chiffres d'affaires, de gain de part de marché et de rentabilité.
- S'assurer de la fidélisation des clients existants et du développement de la clientèle potentielle.
- Faire connaître les produits de l'entreprise.
- Participer au recrutement, à la formation et à l'intégration des vendeurs.

- Entreprise de services en technologies de l'information

Représentant aux ventes

- Gérer les comptes clients sur un territoire donné.
- Établir les contrats de vente.
- Gérer les stocks.
- Prendre les commandes et s'assurer de la distribution.
- Introduire les nouveautés et en faire le lancement.
- Coordonner les activités promotionnelles.
- Négocier les espaces.

- Entreprise de services
- Entreprise des produits du tabac

Directeur des achats

- Établir et mettre en oeuvre les politiques d'achat de l'entreprise.
- Déterminer et contrôler les niveaux d'inventaire minimal optimal.
- Développer un réseau de fournisseurs fidèles et stables.
- Négocier des ententes avec les fournisseurs (délai, qualité, termes de paiement, etc.).
- Assurer le suivi du transport et des douanes.
- Résoudre les problèmes.
- Gérer les budgets d'approvisionnement.

- Entreprise manufacturière

Conseiller en finances personnelles

- Établir et maintenir une relation d'affaires personnalisée avec les membres.
- Répondre à leurs besoins en financement (prêt personnel et hypothécaire, marge de crédit, etc.).
- Conseiller en matière de stratégies financières (placement, RÉER, régime de retraite, etc.).
- Effectuer de la prospection, solliciter et vendre des produits et services.

- Coopérative financière

Assistant comptable

Caissier-vendeur

- Industrie
- Société d'état

RÉGIME RÉGULIER

Directeur de comptes nationaux

- Représenter la compagnie sur le marché de l'est du Canada.
- Veiller au développement des affaires et du réseau de partenaires.
- Procéder aux études de marché (tendances de l'industrie et de la concurrence, profil et habitudes de consommation de la clientèle).
- Identifier les possibilités de développement de nouveaux marchés.
- Développer des stratégies de commercialisation et de fidélisation.

- Entreprise de services

Spécialiste trade marketing

- Développer une relation de partenariat avec le réseau de distribution (entreprises commerciales).
- Procéder à des études de marché, de performance de produits, de concurrence, de clientèle cible et potentielle...
- Élaborer et mettre en place les opérations de promotion et les événements organisés sur et à proximité des lieux de vente.
- Négocier les ententes avec les commerces.
- Diriger et superviser les projets promotionnels, les événements et les programmes de loyauté.
- Assurer le suivi, valider la pertinence des actions et si nécessaire, les corriger afin d'optimiser les ventes.

- Entreprise de produits cosmétiques

Gérant de territoire

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

- Brasserie