

LA RÉGION PRÉSENTE

# LES MÉTIERS DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION

CHOISIR MON MÉTIER

VERSION MOBILE



L'ORIENTATION  
EN RÉGION  
DES PAYS DE LA LOIRE



RÉGION  
PAYS  
DE LA LOIRE

# DES QUESTIONS ?

## « ÉCOLE OU UNIVERSITÉ ? »

De nombreuses filières d'études mènent aux métiers du marketing et de la publicité aussi bien à l'université qu'en écoles privées. Il y a des critères de choix à prendre en compte, parmi lesquels : la notoriété de l'école, la reconnaissance du diplôme au niveau national et international, mais également les coûts de scolarité qui peuvent parfois être élevés.

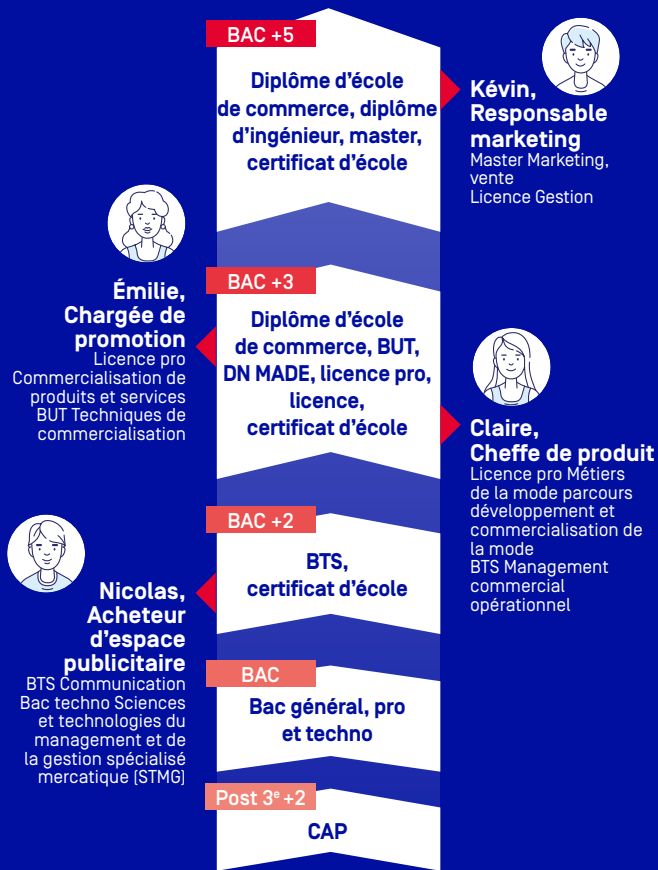
## « QUELS PROFILS ? »

Le boom de l'e-commerce et des réseaux sociaux, qui a profondément modifié le comportement des consommateurs, a également eu un impact sur les métiers du marketing et de la communication. Être à l'aise avec les outils numériques, avoir une bonne culture générale, être créatif, sont aujourd'hui des compétences indispensables pour les futurs professionnels du secteur.

## « L'APPRENTISSAGE, UN BON CHOIX ? »

Le principe ? L'apprenti alterne les cours et les périodes en entreprise, ses frais de scolarité sont pris en charge et il perçoit une rémunération. Tous les niveaux d'études sont concernés. Cette première expérience professionnelle sera déterminante au moment de chercher un 1<sup>er</sup> emploi.

# DES PARCOURS



# DES FORMATIONS EN PAYS DE LA LOIRE

## ■ Acheteur d'espaces publicitaires

**NIVEAU BAC +2**  
BTS Communication

**NIVEAU BAC +3**  
BUT Techniques de commercialisation  
Licence pro Technico-commercial

## ■ Chargé de communication

**NIVEAU BAC +2**  
BTS Communication

**NIVEAU BAC +3**  
BUT Information-communication

## ■ Chargé de promotion

**NIVEAU BAC +2**  
BTS Management commercial opérationnel

**NIVEAU BAC +3**  
BUT Techniques de commercialisation  
Licence pro Commercialisation de produits et services parcours marketing des services  
Diplôme supérieur en marketing, commerce et gestion (EGC) <sup>[1]</sup>

## ■ Chef de produit

**NIVEAU BAC +3**  
Licence pro Métiers de la mode parcours développement et commercialisation de la mode  
Licence pro Métiers du commerce international parcours marketing et commerce international des vins de terroir

**NIVEAU BAC +5**  
Diplôme d'ingénieur de l'École supérieure d'agriculture spécialité vigne et vin : production durable et marchés internationaux  
Master Management et commerce international parcours management international et marketing

## ■ Community manager

**NIVEAU BAC +3**  
Licence information-communication

## ■ Concepteur rédacteur

**NIVEAU BAC +3**  
BUT Information-communication parcours communication des organisations

## ■ Directeur artistique

**NIVEAU BAC +3**  
DN MADE mention événement spécialité communication de marque

**NIVEAU BAC +5**  
Diplôme de design de l'École de design Nantes Atlantique [espace, graphisme, interactivité, produit] <sup>[2]</sup>

## ■ Manager e-CRM

**NIVEAU BAC +3**  
Licence pro E-commerce et marketing numérique

**NIVEAU BAC +5**  
Master Marketing, vente

## ■ Media planner

**NIVEAU BAC +5**  
Diplôme d'études supérieures en communication et médias - Audencia SciencesCom [2]

## ■ Planneur stratégique

**NIVEAU BAC +5**  
Formation type master (bon niveau de culture générale), complétée avec une formation en communication, marketing, publicité.

## ■ Responsable événementiel

**NIVEAU BAC +3**  
Licence pro Métiers de la communication : événementiel (hors académie)

## ■ Responsable marketing

**NIVEAU BAC +3**  
Diplôme de responsable du marketing et du développement commercial (bachelor IDRAC)<sup>[2]</sup>

**NIVEAU BAC +5**  
Master Marketing, vente  
Master Management et administration des entreprises parcours marketing des produits et services de santé

## ■ Traffic manager

**NIVEAU BAC +2**  
BTS Management commercial opérationnel

**NIVEAU BAC +3**  
BUT Métiers du multimédia et de l'internet  
BUT Informatique  
Licence pro E-commerce et marketing numérique

<sup>[1]</sup> Titre d'école inscrit au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP)

<sup>[2]</sup> Formation visée par l'État

# DES CHIFFRES

## AU NIVEAU NATIONAL

**400 000** entreprises en marketing et communication

**159 000** salariés dans la communication

**111 700** emplois salariés dans l'événementiel

## EN PAYS DE LA LOIRE

**2 284** emplois dans la publicité

**900** emplois dans les médias-presse

**377** emplois dans les télécommunications

Sources : Portrait sectoriel CARIF-OREF, Pays de la Loire - septembre 2020 - Observatoire OPCO AFDAS et Portraits sectoriels 2020

Le marketing consiste en l'analyse des besoins des consommateurs ou des usagers. La communication permet de mettre en œuvre l'ensemble des moyens d'action pour promouvoir les produits, les services, les entreprises publiques comme privées.



### MARKETING

L'étude et l'analyse des besoins des consommateurs ou des usagers passent par plusieurs étapes : l'analyse du marché, de la demande et de la concurrence, la définition des objectifs et des actions à mettre en œuvre.



### COMMUNICATION

La communication est omniprésente dans notre société, de la pub TV pour un yaourt au communiqué de presse politique. Il s'agit de promouvoir un produit, un service ou de délivrer un message sur des supports médias divers, et adaptés aux publics visés.

## MARKETING, DATA SCIENCES ET DEEP LEARNING

Grâce aux data sciences, les entreprises peuvent, à travers l'analyse des données recueillies (internètes et clients), déterminer des tendances et comportements complexes. Des algorithmes peuvent ensuite être développés afin de dresser un profil unique pour chaque client potentiel et proposer des offres adaptées, sous forme de réponses automatisées.



### **Alexia, cheffe de produit**

En dernière année d'école de commerce, Alexia a fait son stage chez un fabricant d'outils qui l'a recrutée comme chef de produit. Elle fait remonter les besoins du marché aux concepteurs avant de faire connaître les nouveautés aux consommateurs.

« J'ai lancé une étude auprès d'utilisateurs de tondeuses, qui a débouché sur la conception et la commercialisation d'un accessoire innovant qui tond la pelouse et taille les bordures. Ce produit figure parmi nos meilleures ventes. »



# DES MÉTIERS



## MARKETING

### ■ Chef de produit

Il prépare et commande des études de marché pour évaluer les besoins et analyse l'offre proposée par la concurrence. Il définit le produit à créer et apporte sa réflexion sur la stratégie à adopter pour son lancement sur le marché.

### ■ Chargé de promotion

L'objectif de sa mission est d'augmenter les ventes tout en attirant de nouveaux consommateurs. Il prépare, anime et suit les actions de promotion. Il prend en compte et sait analyser les exigences de la clientèle.

### ■ Planneur stratégique

Expert en tendances et « anticipateur », une marque est pour lui un organisme vivant dont il faut suivre les moindres mouvements. Il est consulté pour avoir un avis expert sur l'avenir d'un produit, d'un marché ou d'une mode.

### ■ Responsable marketing

Son travail consiste à définir la stratégie commerciale et marketing, à superviser et coordonner les différentes équipes dans une grande entreprise.



## COMMUNICATION

### ■ Chargé de communication

Il met en place et coordonne le plan de communication de son entreprise ou de sa marque. Sa polyvalence et son adaptabilité sont ses principaux atouts !.

### ■ Community manager

Le community manager (CM) a pour mission d'animer et de fédérer la communauté de sa marque via les réseaux sociaux, autour d'un intérêt commun lié à une identité, à ses produits ou à ses valeurs.

### ■ Directeur artistique

Comment mettre en scène un nouveau produit ? Créatif, il répond à la stratégie de communication préalablement définie et conçoit l'identité visuelle ou artistique du produit. Il assure le suivi technique de la réalisation.

### ■ Media planner

Il prévoit et coordonne les campagnes publicitaires. Il choisit les supports médias, évalue le coût de la campagne et analyse son résultat.

### ■ Responsable événementiel

L'événementiel a le vent en poupe et les professionnels qui s'en occupent savent créer et convaincre, organiser et gérer, contacter des fournisseurs de qualité et réaliser des événements qui auront du sens pour l'interne et l'externe.

**TOUS LES MÉTIERS SONT MIXTES !**

# POUR ALLER + LOIN



■ Découvrez le site de l'orientation en région des Pays de la Loire sur [choisirmonmetier-paysdelaloire.fr](http://choisirmonmetier-paysdelaloire.fr)

■ Retrouvez toutes les publications de l'Onisep [collection Parcours, collection Dossier...] sur [onisep.fr](http://onisep.fr)

■ Visualisez votre futur métier en 3D dans **l'Orientibus**, qui sillonne les routes des Pays de la Loire

**Orientibus**  
Découvrez les métiers  
Trouvez votre voie



PEFC  
10-31-1821

Janvier 2024 – Photo de couverture :  
© Gettyimages - DragonImages

**Hôtel de la Région**  
1 rue de la Loire  
44 966 Nantes cedex 9  
02 28 20 50 00 - [paysdelaloire.fr](http://paysdelaloire.fr)



**RÉGION  
PAYS  
DE LA LOIRE**