

GUIDE INFO-DOMAIN **MARKETING & COMMERCE** **INTERNATIONAL**

RÉVISÉ : FÉVRIER 2013

CENTRE DE GESTION DE CARRIÈRE

ESG UQÀM

Préparez l'avenir

Domaine du **MARKETING** et **COMMERCE INTERNATIONAL**

Informations sur le marché du travail

Données et statistiques

Perspectives professionnelles

Réalisé par :

Marie-Pier Gauthier

Conseillère en emploi

Centre de gestion de carrière ESG UQAM

École des sciences de la gestion, UQAM

1^{er} étage, local R-1885

315, rue Ste-Catherine Est

Montréal (Québec)

Téléphone : 514 987-0398

Télécopie : 514 987-6180

cgc.esg@uqam.ca

www.cgc.esg.uqam.ca

Révisé par :

Stéphanie Trudeau

Février 2013

CENTRE DE GESTION DE CARRIÈRE

ESG UQAM

TABLE DES MATIERES

PRÉSENTATION DU GUIDE D'INFORMATION.....	4
PROGRAMMES D'ÉTUDES DE L'ESG UQAM.....	5
1- PREMIER CYCLE	5
2- CYCLES SUPÉRIEURS.....	5
PROFIL GÉNÉRAL RECHERCHÉ PAR LES EMPLOYEURS.....	6
1- APTITUDES PROFESSIONNELLES	6
2- QUALITÉS PERSONNELLES.....	6
3- CONNAISSANCES GÉNÉRALES ET ATOUTS.....	6
TRAVAILLER DANS LE DOMAINE.....	6
1- EMPLOYEURS POTENTIELS	7
2- LES DIFFÉRENTES SPÉCIALISATIONS DU DOMAINE.....	8
3- PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES GÉNÉRALES.....	8
4- EMPLOIS ÉTUDIANTS	9
5- EXEMPLES DE POSTES D'ENTRÉE.....	10
<i>REPRESENTANTS/REPRESENTANTES DES VENTES NON TECHNIQUES – COMMERCE DE GROS.....</i>	<i>10</i>
6- EXEMPLES DE POSTE AVEC QUELQUES ANNÉES D'EXPÉRIENCE AVEC OU SANS ÉTUDES SUPÉRIEURES.....	11
<i>AGENTS/AGENTES DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE, RECHERCHISTES ET EXPERTS-CONSEILS/EXPERTES-CONSEILS EN MARKETING.....</i>	<i>11</i>
<i>ACHETEURS/ACHETEUSES DES COMMERCES DE GROS ET DE DETAIL.....</i>	<i>13</i>
<i>PROFESSIONNELS/PROFESSIONNELLES DES SERVICES AUX ENTREPRISES DE GESTION.....</i>	<i>14</i>
<i>REPRESENTANTS/REPRESENTANTES DE PRODUITS PHARMACEUTIQUES.....</i>	<i>15</i>
7- EXEMPLES DE POSTES AVEC PLUSIEURS ANNÉES D'EXPÉRIENCE AVEC OU SANS ÉTUDES SUPÉRIEURES	16
<i>DIRECTEURS/DIRECTRICES DES VENTES, DU MARKETING ET DE LA PUBLICITE.....</i>	<i>16</i>
<i>DIRECTEURS/DIRECTRICES – COMMERCE DE DETAIL.....</i>	<i>17</i>
<i>CADRES SUPÉRIEURS/CADRES SUPÉRIEURES - SERVICES FINANCIERS, COMMUNICATIONS ET AUTRES SERVICES AUX ENTREPRISES.....</i>	<i>18</i>
STATISTIQUES SUR L'EMPLOI CONCERNANT LES DIPLÔMÉS UNIVERSITAIRES.....	19
1- RELANCE DES DIPLÔMÉES ET DIPLÔMÉS DE L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL 1999-2005	19
2- SITUATION D'EMPLOI DES PERSONNES TITULAIRES D'UN DIPLÔME EN JANVIER DE L'ANNÉE D'ENQUÊTE (2009) – MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION, DU LOISIR ET DU SPORT.....	20
RESSOURCES UTILES.....	22
EXEMPLES DE POSTES PUBLIÉS.....	23
1- JUNIOR DES VENTES	23
2- REPRÉSENTANT JUNIOR	23
3- MARCHANDISEUR.....	24
4- CONSEILLER COMMERCIAL.....	25
5- GÉRANT DE PRODUITS.....	25
6- COORDONNATEUR MARKETING / ANALYSTE.....	25
7- COORDONNATEUR EN MARKETING.....	26

8- RESPONSABLE MARKETING.....	26
9- SPÉCIALISTE EN MARKETING DIRECT	27
ANNEXE A : FICHE CONCERNANT LES PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL	28
1- GOUVERNEMENT FÉDÉRAL	28
<i>CLASSIFICATION NATIONALE DES PROFESSIONS (CNP)</i>	28
<i>EMPLOI-AVENIR QUEBEC</i>	28
2- GOUVERNEMENT PROVINCIAL	29
<i>EMPLOI-QUEBEC</i>	29
3- REPÈRES.....	29
ANNEXE B : LEXIQUE D'EMPLOI-QUÉBEC SUR LES PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES.....	30
ANNEXE C : NOTES DE FIN.....	32

PRÉSENTATION DU GUIDE D'INFORMATION

Ce présent document a pour objectif de vous informer sur le marché du travail précisément pour le domaine du marketing. Il se veut un outil de référence vous fournissant entre autres des sources d'information quant aux programmes d'études de l'École des sciences de la gestion de l'UQAM (ESG UQAM), aux aptitudes professionnelles et aux compétences recherchées dans le domaine, aux multiples possibilités d'emplois qui y sont reliées, aux données et statistiques concernant les principaux groupes professionnels ainsi qu'aux ressources utiles. Enfin, dans l'optique de concrétiser le contenu présenté, vous trouverez quelques exemples de postes affichés dans ce domaine. Il est important de noter que le présent document se veut être une référence, mais ne représente pas la réalité exhaustive du marché du travail actuel.

Afin de bien maîtriser les principales sources d'information de ce présent document, nous vous invitons à consulter les annexes A et B où vous trouverez un bref résumé vous expliquant chacune de ces références et vous indiquant la façon de procéder afin d'y avoir recours, en plus de vous fournir quelques définitions de termes utilisés. En annexe C, vous trouverez toutes les notes de fin, classées par page où elles sont citées.

Une recherche d'emploi efficace demande une bonne connaissance de soi ainsi qu'une bonne préparation. Il devient ainsi plus facile d'établir un objectif professionnel réaliste et motivant qui vous permettra d'avoir un cheminement de carrière stimulant en vous donnant les outils nécessaires pour vos aspirations futures.

Pour toute information, n'hésitez pas à communiquer avec nous, il nous fera plaisir de répondre à vos questions.

Bonne lecture !

Marie-Pier Gauthier

Conseillère en emploi

Centre de gestion de carrière ESG UQAM

PROGRAMMES D'ÉTUDES DE L'ESG UQAM

1- PREMIER CYCLE

- Baccalauréat en administration, spécialisation marketing (7111)
<http://www.programmes.uqam.ca/7111>
- Certificat en marketing (4206)
<http://www.programmes.uqam.ca/4206>

2- CYCLES SUPÉRIEURS

- Maîtrise ès sciences de la gestion, spécialisation marketing
<http://www.programmes.uqam.ca/3105>
- Maîtrise en gestion de projet (MGP) – (3171 – 3771 – 3831)
<http://www.programmes.uqam.ca/3771>
- Programme court de deuxième cycle en gestion de projet (0785)
<http://www.programmes.uqam.ca/0785>
- Diplôme d'études supérieures spécialisées en gestion (3139)
<http://www.programmes.uqam.ca/3139>
- Doctorat en administration (3451)
<http://www.programmes.uqam.ca/3451>

PROFIL GÉNÉRAL RECHERCHÉ PAR LES EMPLOYEURS

1- APTITUDES PROFESSIONNELLES¹

- Communiquer avec les gens dans le but d'influencer et de convaincre;
- Apporter des solutions et des idées originales;
- Planifier, diriger, contrôler et organiser des activités;
- Travailler en relation et en collaboration avec des gens et interagir avec eux;
- Résoudre des problèmes ou prendre des décisions à partir de normes mesurables;
- Porter son propre jugement pour décider ou résoudre des situations problématiques;
- Travailler dans un contexte dynamique où il y a des changements fréquents;
- Posséder une parfaite maîtrise du français et de l'anglais à l'oral et à l'écrit.

Les personnes œuvrant en marketing seront de plus en plus appelées à travailler en collaboration avec d'autres spécialistes comme des psychologues, des sociologues, des ergonomes, dans le processus de recherche et développement des entreprises. Ces équipes multidisciplinaires permettent de mieux cibler les besoins, attitudes et valeurs du client².

2- QUALITÉS PERSONNELLES³

Facilité à communiquer	Esprit d'équipe
Capacité d'écoute	Sens de l'organisation et de l'observation
Créativité, dynamisme, minutie	Esprit critique
Leadership, persuasion, autonomie	Esprit d'analyse, de synthèse et d'initiative
Facilité d'adaptation	Résistance au stress, etc.

3- CONNAISSANCES GÉNÉRALES ET ATOUS⁴

- Suite Microsoft Office;
- Logiciels d'analyse statistique (SPSS, Statistica, Minitab, SAS, etc.)
- Logiciels de graphisme (Photoshop, QuarkXPress, Illustrator, etc.)

TRAVAILLER DANS LE DOMAINE

Cette section présente dans un premier temps, les employeurs potentiels, les spécialisations reliées au domaine et les perspectives professionnelles générales. Ensuite, elle trace un portrait sommaire des possibilités de cheminement professionnel en fonction de l'expérience et de la formation. Suite à la partie portant sur les emplois étudiants, des exemples de postes s'insérant dans un cheminement professionnel sont présentés en fonction des groupes professionnels de la classification nationale des professions. Ainsi, pour chacun de ces groupes, vous aurez accès à une description des principales fonctions, à des exemples de postes et à quelques statistiques telles que le salaire, le taux de chômage et les perspectives professionnelles spécifiques. Ces

exemples ne sont ni exhaustifs ni représentatifs de toutes les possibilités de cheminement de carrière. Certains candidats occuperont d'autres types de postes à différents moments.

1- EMPLOYEURS POTENTIELS

Les possibilités d'emplois dans le domaine du marketing s'avèrent être très vastes. Il y a des besoins en marketing dans tous les types d'entreprise et dans tous les secteurs d'activités (finance, assurances, immobilier et location, hébergement et services de restauration, culture et loisirs, matériel de transport, services aux entreprises, services relatifs aux bâtiments et autres services de soutien, services publics, soins de santé et assistance sociale, etc.⁵). Les employeurs reliés à ce domaine seront principalement dans les grandes entreprises, les firmes spécialisées (Capital-Image, Groupe Cossette Communication, Credico Marketing, Carlson Marketing, Léger Marketing, Crop Recherche Marketing, etc.) ainsi que les petites entreprises. On observe qu'en fonction du type d'organisation, la réalité du domaine sera différente. Par exemple, afin de demeurer concurrentes sur le plan international, les grandes entreprises ont tendance à offrir des services complets à leurs clients, tels que la publicité, la promotion, la commandite, les relations publiques, le marketing, etc. Cette tendance s'insère aussi dans l'optique où le client est de plus en plus exigeant. Il ne se contente plus uniquement d'activités ponctuelles, mais veut davantage une planification stratégique à long terme, suite à l'analyse des tendances et exige la présentation de résultats concrets⁶. Les petites entreprises, pour leur part, se spécialisent généralement dans une sphère d'intervention plus spécifique⁷. Il est aussi possible de travailler dans la profession via des agences de recrutement spécialisées au niveau du marketing et de la vente (Isarta, Sirius Personnel Inc, Agence de placement Synergie Inc., Atria ressources Humaines, St-Amour, Technogénie Ressources, etc.⁸).

En termes de postes connexes, il est intéressant de considérer les professions de commissaires industriels et d'agents de développement économiques qui œuvrent principalement pour les centres locaux de développement, les gouvernements, les municipalités et les organismes de développement économique. Vu les investissements gouvernementaux pour les secteurs du tourisme et des exportations, plusieurs de ces professionnels s'y spécialisent⁹.

Les contextes d'emploi étant très diversifiés, le choix du milieu est à considérer. Pouvant exercer votre profession dans presque tous les secteurs d'activités, vous devez vous interroger à savoir dans quel milieu vous désirez évoluer. Quel produit ou service avez-vous le goût de vendre ? Quel type de clientèle vous attire ? Quelle spécialisation du domaine vous motive particulièrement ? Ce sont des questions qui vous permettront d'orienter votre démarche. Avec une bonne connaissance de soi, il est plus facile de cibler, en fonction de ses intérêts, un milieu stimulant où exercer sa profession.

2- LES DIFFÉRENTES SPÉCIALISATIONS DU DOMAINE

Vous pouvez éventuellement être davantage spécialisé dans une ou plusieurs de ces sphères reliées au marketing.

Recherche Marketing;	Gestion de produits;
Marketing événementiel;	Marketing relationnel;
Marketing de distribution et des commerces de détail;	Ventes, etc.

3- PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES GÉNÉRALES

Dans le domaine du marketing, en ce qui concerne principalement les postes d'agents et d'experts en marketing, les perspectives d'emploi sont acceptables. Les organisations accordent plus d'importance à de nouveaux créneaux du domaine tels que le développement d'outils de mesure dans les domaines de la commandite et l'utilisation de nouveaux médias, comme Internet. De ce fait, on envisage une légère augmentation de la demande au niveau de la profession, au cours des prochaines années. Fait à noter, on observe un grand taux de roulement dans cette profession particulièrement dû au contexte de travail très exigeant et stressant, en plus des horaires de travail parfois variables s'étendant parfois les soirs et les fins de semaine. Pour les postes connexes tels que les commissaires industriels et les agents de développement économique, de manière générale, les postes à combler proviendront entre autres des postes libérés suite à des départs à la retraite ou dû à la mobilité de certains professionnels qui recevront des promotions. Ainsi, des emplois seront libérés suite à des départs pour l'occupation d'autres postes nécessitant plus d'expérience, tels des postes de gestionnaires¹⁰. En ce qui concerne les postes de direction en marketing, les débouchés proviendront en premier lieu des postes qui seront libérés par les directeurs qui prendront leur retraite. En plus, quelques directeurs libéreront leur poste en raison de promotions à des postes de cadres supérieurs.¹¹

4- EMPLOIS ÉTUDIANTS

Dès le début de vos études, il est impératif de commencer à explorer les possibilités d'emploi dans le domaine du marketing. Le fait de suivre une formation tout en travaillant dans le milieu professionnel vous permet de mieux assimiler les apprentissages et de cibler davantage vos intérêts pour le futur. Vous pouvez donc dans un premier temps, cibler un secteur d'activité qui vous intéresse particulièrement, sélectionner les entreprises y œuvrant et faire une recherche concernant les possibilités de travail reliées au marketing. En fonction de vos intérêts, vous pouvez aussi sélectionner les organisations qui se spécialisent dans le domaine. Vos premières expériences de travail ne seront peut-être pas directement reliées au marketing, mais plus en lien avec le travail administratif général ou la vente. En étant directement impliqué dans le milieu, vous pouvez tout de même constater la réalité du marché du travail, vous faire connaître par des professionnels de votre domaine et éventuellement, saisir des opportunités d'emplois en lien avec vos aspirations. Nous vous encourageons donc, à vous diriger très tôt vers des emplois qui se rapprochent au domaine du marketing et diversifier ces expériences, en réalisant par exemple des petits contrats à temps partiel ou un stage d'emploi. Plus vous serez impliqué dans des milieux différents, plus il sera éventuellement facile pour vous de cibler vos intérêts et faire des choix adaptés quant au milieu dans lequel vous voulez évoluer.

5- EXEMPLES DE POSTES D'ENTRÉE

REPRESENTANTS/REPRESENTANTES DES VENTES NON TECHNIQUES – COMMERCE DE GROS¹²

Fonctions principales :

- Faire de la promotion auprès des clients;
- Déterminer les clients éventuels et les solliciter;
- Présenter aux clients un exposé ou une description des avantages et des utilisations des biens ou des services;
- Évaluer et établir les prix, les conditions de crédit ou de contrat, les garanties et les dates de livraison;
- Rédiger les contrats de vente ou autres, ou en assurer la rédaction;
- Communiquer avec les clients, après la vente ou la signature des contrats, pour résoudre les problèmes et assurer un suivi;
- Lire la documentation au sujet des innovations d'un produit, des concurrents et des conditions du marché, et agir en conséquence;
- Représenter des entreprises qui exportent et importent des produits ou des services à destination ou en provenance de pays étrangers;
- Effectuer, s'il y a lieu, des transactions de vente à l'aide du commerce électronique;
- Superviser, s'il y a lieu, le travail d'autres représentants de commerce, etc.

Exemples de postes

Agent commercial/agente commerciale	Représentant/représentante de commerce ¹³
Représentant / représentante publicitaire dans les médias ¹⁴	Conseiller aux ventes non techniques - commerce de gros, etc.

Revenu annuel moyen d'emploi:

- Selon Repères :

Représentant/représentante commerciale (2011)¹⁵ :

Minimum moyen : 28 000 \$ à 32 999 \$

Maximum moyen : 53 000 \$ à 58 999 \$

Représentant / représentante publicitaire dans les médias (2011)¹⁶ :

Minimum moyen : 28 000 \$ à 32 999 \$

Maximum moyen : 53 000 \$ à 58 999 \$

Perspectives professionnelles (2012 - 2016)¹⁷ :

Ensemble du Québec : Favorables

Montréal : Favorables

Taux de chômage en 2011¹⁸ : Faible (estimé < 5,7 %)

6- EXEMPLES DE POSTE AVEC QUELQUES ANNÉES D'EXPÉRIENCE AVEC OU SANS ÉTUDES SUPÉRIEURES

Débuter sa carrière dans un domaine est bien souvent synonyme de plusieurs changements.

Voici quelques points à retenir concernant le premier emploi :

- Très souvent le premier emploi relié à son domaine d'études est temporaire (contrat, remplacement, etc.);
- Il ne sera probablement pas votre emploi «principal», vous risquez d'en occuper quelques-uns avant de le trouver;
- Il n'est pas toujours directement relié à la formation, mais il offre des possibilités éventuelles d'occuper un poste plus spécifique au domaine;
- Il vous permet d'explorer le milieu, de réaliser quels sont vos intérêts et vos forces, d'établir davantage quel type d'environnement de travail vous recherchez et de vous réajuster en fonction de ces éléments;
- Les premiers emplois s'insèrent dans une phase exploratoire et vous permettent d'acquérir de l'expérience.

AGENTS/AGENTES DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE, RECHERCHISTES ET EXPERTS-CONSEILS/EXPERTES-CONSEILS EN MARKETING¹⁹

Fonctions principales :

- Élaborer des politiques et administrer des programmes afin de promouvoir les investissements industriels et commerciaux dans les régions urbaines et rurales;
- Concevoir des questionnaires d'étude de marché;
- Effectuer des études sociales ou économiques à l'échelle locale, régionale ou nationale afin d'évaluer le potentiel de développement potentiel et les tendances futures;
- Planifier des projets de développement et coordonner les activités de concert avec les représentants d'une gamme variée d'entreprises industrielles et commerciales, d'associations de gens d'affaires, de groupes communautaires et d'organismes gouvernementaux;
- Évaluer les débouchés commerciaux et élaborer des stratégies pour attirer du capital de risque;
- Répondre aux demandes de renseignements des gens d'affaires et des particuliers concernant les possibilités de développement;
- Examiner et évaluer les projets de développement commercial ou industriel et donner des conseils au sujet des procédures à suivre et des conditions à remplir en vue d'obtenir l'approbation du gouvernement;
- Effectuer des études et analyser les données au sujet des habitudes d'achat et des préférences des consommateurs qui achètent en gros ou au détail;
- Évaluer le service à la clientèle et l'atmosphère des magasins;
- Effectuer des recherches comparatives sur les stratégies de marketing pour des produits industriels ou commerciaux;
- Élaborer les profils socio-économiques des régions urbaines et rurales afin d'encourager les investissements industriels et commerciaux et le développement;
- Préparer des rapports, des documents de recherche, des textes ou des articles éducatifs;
- Planifier et élaborer des stratégies de commerce électronique;
- Offrir des services de consultation sur la planification et sur la création de nouvelles entreprises, etc.

Exemples de postes

Agent/agent(e) de développement économique ²⁰	Agent/agent(e) d'expansion des entreprises
Expert-conseil/experte-conseil en commercialisation ²¹	Consultant/consultante en marketing
Analyste en marketing	Agent/agent(e) de développement touristique
Analyste en développement régional	Responsable d'études de marché, etc.

Revenu annuel moyen d'emploi:

→ Selon Repères :

Agent/ agent(e) de développement économique (2011)²² :

Minimum moyen : 38 000 \$ à 42 999 \$

Maximum moyen : 65 000 \$ à 74 999 \$

Expert-conseil / experte-conseil en commercialisation (2011)²³ :

Minimum moyen : 38 000 \$ à 42 999 \$

Maximum moyen : 65 000 \$ à 74 999 \$

Perspectives professionnelles (2012 - 2016)²⁴ :

Ensemble du Québec : Favorables

Montréal : Favorables

Taux de chômage en 2011²⁵ : Faible (estimé < 5,7 %)

ACHETEURS/ACHETEUSES DES COMMERCE DE GROS ET DE DETAIL²⁶

Fonctions principales :

- Acheter des marchandises pour la revente dans un commerce de gros ou de détail;
- Examiner les besoins du commerce et déterminer la quantité et le type de marchandises à acheter;
- Étudier les analyses de marché, les revues pertinentes, les catalogues publicitaires et visiter les salons professionnels, les expositions, les usines et les présentations des concepteurs de produits;
- Choisir la marchandise qui répond le mieux aux exigences du commerce;
- Rencontrer les fournisseurs, négocier les prix, les escomptes, les modalités de crédit et le transport des marchandises;
- Superviser la distribution des marchandises aux points de vente et maintenir des stocks adéquats;
- Établir et maintenir des contacts avec les fournisseurs;
- Surveiller le travail d'autres acheteurs des commerces de détail, etc.

Exemples de postes

Acheteur adjoint / acheteuse adjointe ²⁷	Acheteur/acheteuse de vêtements
Acheteur/acheteuse d'appareils électroménagers	Acheteur/acheteuse en chef
Acheteur/acheteuse de denrées alimentaires	Acheteur adjoint/acheteuse adjointe
Acheteur/acheteuse de fruits et légumes	Marchandiseur/marchandiseuse, etc.

Revenu annuel moyen d'emploi:

- Selon Repères :
 - Acheteur, acheteuse des commerces de gros et de détail (2011)²⁸ :
 - Minimum moyen : 28 000\$ à 32 999 \$
 - Maximum moyen : 48 000 \$ à 52 999 \$
 - Acheteur, acheteuse adjoint (2011)²⁹ :
 - Minimum moyen : 28 000 \$ à 32 999 \$
 - Maximum moyen : 48 000\$ à 52 999 \$

Perspectives professionnelles (2012 – 2016)³⁰:

- Ensemble du Québec : Favorables
- Montréal : Favorables

Taux de chômage en 2011³¹ : Faible (estimé < 5,7 %)

PROFESSIONNELS/PROFESSIONNELLES DES SERVICES AUX ENTREPRISES DE GESTION³²

Fonctions principales :

Consultants en gestion

- Analyser et donner des conseils sur les méthodes de gestion et sur l'organisation d'une entreprise du secteur public ou privé;
- Mener des études afin de déterminer le bon fonctionnement et l'efficacité des politiques et des programmes de gestion;
- Effectuer des évaluations et proposer des améliorations aux méthodes, aux systèmes et aux procédures dans des domaines comme les opérations, les ressources humaines, la gestion des dossiers et les communications;
- Effectuer des vérifications de la qualité et élaborer des normes de gestion de la qualité et de contrôle de la qualité aux fins d'inscription auprès de l'Organisation internationale de normalisation (ISO);
- Planifier la réorganisation des opérations d'une entreprise;
- Surveiller, au besoin, des chercheurs contractuels ou du personnel de bureau.

Consultants en publicité

- Évaluer les caractéristiques des produits ou des services à promouvoir et évaluer les besoins en publicité d'une entreprise;
- Conseiller les clients sur les stratégies de publicité ou de promotion des ventes;
- Développer et mettre en œuvre des campagnes de publicité pour les médias imprimés ou électroniques, etc.

Exemples de postes

Conseiller/conseillère en management ³³	Chef de publicité d'agence
Conseiller principal/conseillère principale en marketing	Organisateur/organisatrice de campagnes publicitaires
Chef de produits - marketing	Chef de service - soutien au marketing
Spécialiste en marketing - publicité	Consultant/consultante en publicité, etc.

Revenu annuel moyen d'emploi:

- Selon Repères :
 - Conseiller, conseillère en management (2011)³⁴ :
 - Minimum moyen : 43 000 \$ à 47 999 \$
 - Maximum moyen : 75 000 \$ à 84 999 \$

Perspectives professionnelles (2012- 2016)³⁵:

- Ensemble du Québec : Favorables
- Montréal : Favorables

Taux de chômage en 2011³⁶ : Faible (estimé < 5,7 %)

REPRESENTANTS/REPRESENTANTES DE PRODUITS PHARMACEUTIQUES³⁷

Fonctions principales :

- Faire de la promotion auprès des clients;
- Déterminer quels sont les clients éventuels et les solliciter;
- Évaluer les besoins et les ressources des clients, et recommander les biens et services appropriés;
- Fournir des données pour le design du produit lorsque les biens et les services doivent être adaptés aux besoins du client;
- Rédiger des rapports ou des propositions dans le cadre de leur argumentation pour démontrer les avantages de l'utilisation du bien ou du service;
- Évaluer les coûts d'installation et d'entretien du matériel ou du service;
- Rédiger et administrer les contrats de vente;
- Communiquer avec les clients, après la vente, pour résoudre les problèmes et assurer un suivi;
- Régler les problèmes techniques liés au matériel;
- Former, s'il y a lieu, le personnel du client quant à l'utilisation et à l'entretien du matériel;
- Effectuer, s'il y a lieu, des opérations de vente à l'aide du commerce électronique;
- Surveiller, s'il y a lieu, le travail d'autres vendeurs-spécialistes, etc.

Revenu annuel moyen d'emploi :

- Selon Repères (2011)³⁸ :
 - Minimum moyen : 43 000 \$ à 47 999 \$
 - Maximum moyen : 85 000 \$ à 99 999 \$

Perspectives professionnelles (2012 – 2016)³⁹:

Ensemble du Québec : Acceptables
Montréal : Acceptables

Taux de chômage en 2008⁴⁰ : Modéré (estimé \geq à 5,7 % mais $<$ 12,9 %)

7- EXEMPLES DE POSTES AVEC PLUSIEURS ANNÉES D'EXPÉRIENCE AVEC OU SANS ÉTUDES SUPÉRIEURES

Pour ces postes de direction, spécifiques à différentes sphères du marketing, très souvent, ils seront comblés à l'interne, par l'intermédiaire d'agences de recrutement spécialisées ou via un réseau de contacts bien développé.

DIRECTEURS/DIRECTRICES DES VENTES, DU MARKETING ET DE LA PUBLICITÉ⁴¹

Fonctions principales :

Directeurs du marketing

- Établir des réseaux de distribution pour les produits et les services, effectuer des études de marché et analyser leurs résultats;
- Participer à l'élaboration des produits, diriger et évaluer les stratégies de commercialisation des établissements.

Directeurs des ventes

- Planifier, diriger et évaluer les activités du service des ventes d'un établissement commercial ou industriel, d'une entreprise de commerce de gros et autres établissements qui ne vendent pas au détail.

Directeurs de la publicité

- Planifier, diriger et évaluer les activités des entreprises et des services qui élaborent et lancent des campagnes de promotion de la vente des produits et des services, etc.

Exemples de postes

Directeur/directrice de la publicité ⁴²	Directeur/directrice de campagne de financement
Directeur/directrice des ventes ⁴³	Directeur régional/directrice régionale des ventes
Directeur/directrice du marketing ⁴⁴	Directeur/directrice des affaires électroniques
Directeur/directrice de la promotion	Directeur/directrice des communications Internet, etc.

Revenu annuel moyen d'emploi:

- Selon Repères :

Directeur / Directrice de la publicité et du marketing(2011)⁴⁵ :

Minimum moyen : 43 000 \$ à 47 999 \$

Maximum moyen : 85 000 \$ à 99 999 \$

Directeur / Directrice des ventes (2009)⁴⁶ :

Minimum moyen : 43 000 \$ à 47 999 \$

Maximum moyen : 85 000 \$ à 99 999 \$

Perspectives professionnelles (2012 – 2016)⁴⁷ :

Ensemble du Québec : Favorables

Montréal : Favorables

Taux de chômage en 2011⁴⁸ : Faible (estimé < 5,7 %)

DIRECTEURS/DIRECTRICES – COMMERCE DE DÉTAIL⁴⁹

→ Fonctions principales :

- Planifier, diriger et évaluer les activités d'un établissement de vente au détail ou d'un rayon d'un tel établissement;
- Gérer le personnel et assigner les tâches;
- Examiner les études de marché et les tendances de consommation pour déterminer la demande, le chiffre d'affaires possible et l'incidence de la concurrence sur les ventes;
- Déterminer les produits et les services à vendre et établir les prix et les politiques de crédit;
- Repérer, choisir et se procurer de la marchandise qui sera revendue;
- Élaborer et mettre en œuvre des stratégies de commercialisation;
- Planifier les budgets et autoriser les dépenses;
- Régler les plaintes des clients;
- Déterminer les besoins en personnel et embaucher ou voir à l'embauche du personnel, etc.

Exemples de postes

Directeur/directrice d'agence de voyage ⁵⁰	Concessionnaire d'automobiles
Directeur/directrice d'une agence de guides ⁵¹	Directeur de concession
Directeur-gérant/directrice-gérante commerce de détail	Directeur adjoint/directrice adjointe – commerce de détail
Directeur des ventes au détail	Gérant/gérante de commerce de détail, etc.

Revenu annuel moyen d'emploi:

- Selon Repères :

Directeur/directrice d'agence de voyages (2011)⁵² ou d'une agence de guides (2011)⁵³ :
Minimum moyen : 28 000 \$ à 32 999 \$
Maximum moyen : 53 000 \$ à 58 999 \$

Perspectives professionnelles (2012 - 2016)⁵⁴ :

Ensemble du Québec : Favorables
Montréal : Favorables

Taux de chômage en 2011⁵⁵ : Faible (estimé < 5,7 %)

CADRES SUPERIEURS/CADRES SUPERIEURES - SERVICES FINANCIERS, COMMUNICATIONS ET AUTRES SERVICES AUX ENTREPRISES⁵⁶

Fonctions principales :

- Définir la mission et les orientations stratégiques de l'entreprise, notamment en formulant ses politiques ainsi que des objectifs concrets qu'ils atteignent ensuite en veillant à une gestion judicieuse des ressources humaines, financières et matérielles;
- Autoriser et organiser la mise sur pied des principaux services de l'organisation et la création des postes de niveau supérieur qui s'y rattachent;
- Allouer les ressources matérielles, humaines et financières nécessaires à la mise en oeuvre des politiques et des programmes de l'organisation, établir les contrôles administratifs et financiers, formuler et approuver les campagnes de promotion et approuver le plan d'ensemble de la gestion des ressources humaines;
- Sélectionner les cadres intermédiaires, les directeurs et autre personnel de direction, leur déléguer l'autorité nécessaire et créer des conditions de travail optimales;
- Représenter l'organisation, ou déléguer des représentants pour agir au nom de l'organisation, lors de négociations ou autres fonctions officielles, etc.

Exemples de postes

Chef des services financiers – agence de publicité	Président/présidente d'agence de publicité
Vice-président/vice-présidente de l'exploitation – services de communication par satellite	Vice-président/vice-présidente du marketing – services de personnel de bureau, etc.

Revenu annuel moyen d'emploi:

- Selon Emploi-Québec (2005)⁵⁷ :
Salaire Moyen : 118 000 \$

Perspectives professionnelles : non publié⁵⁸

Taux de chômage en 2011⁵⁹ : non publié

STATISTIQUES SUR L'EMPLOI CONCERNANT LES DIPLÔMÉS UNIVERSITAIRES

1- RELANCE DES DIPLÔMÉES ET DIPLÔMÉS DE L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL 1999-2005				
Moment où les diplômés interrogés ont débuté leurs recherches pour obtenir leur premier emploi ou contrat à temps complet	Moment où les diplômés interrogés ont commencé à travailler à temps complet			Catégorie de revenu brut pour la 3ème sem. de janvier (% des diplômés interrogés)
Approximativement dans la dernière année d'études ou dès la fin des études (%)	Avant de terminer les études ou moins d'un mois après la fin des études (%)	D'un à cinq mois après les études (%)	Six mois et plus (%)	
Baccalauréat en administration des affaires (7764)⁶⁰				
73,8	50,2	41,4	8,3	300 \$ à 499 \$: 16,3 % 500 \$ à 699 \$: 40,8 % 700 \$ à 899 \$: 24,1 %
Maîtrise en administration des affaires (avec mémoire) (3665)⁶¹				
69,6	56,7	24,3	18,9	500 \$ à 799 \$: 35,5 % 800 \$ à 1 199 \$: 40,0 % 1 200 \$ et plus : 13,3 %
MBA Cadre (tous les programmes)^{62*}				
62,2	70,5	15,0	14,6	900 \$ à 1 499 \$: 40,4 % 1 500 \$ et plus : 48,8 %

**Nous rappelons que deux des critères d'admission pour les programmes de MBA pour cadres sont de posséder une expérience professionnelle pertinente d'au moins cinq ans et être en activité professionnelle lors du dépôt de la demande.

2- SITUATION D'EMPLOI DES PERSONNES TITULAIRES D'UN DIPLOME EN JANVIER DE L'ANNÉE D'ENQUÊTE (2009) – MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION, DU LOISIR ET DU SPORT⁶³

Données concernant la discipline			Caractéristiques - Emploi temps plein		
	Personnes diplômées visées par l'enquête	Taux de chômage (%)	À temps plein (%)	En rapport avec la formation (%)	Salaire hebd. brut moyen
Baccalauréat					
Marketing et achats	380	6,7	97,6	71,6	863 \$ (44 876 \$ / an)
Sciences de l'admin. (général)	5 259	4,3	96,9	85,3	866 \$ (45 032 \$ / an)
Maîtrise					
Sciences de l'admin. (général)	2 577	3,4	96,9	87,3	1 330 \$ (69 160 \$ / an)

Les statistiques salariales présentées sont seulement à titre indicatif. Lorsque vient le moment de négocier le salaire ou d'accepter un emploi, il faut tenir compte de différents critères afin d'établir ce qui est juste de demander ou de voir ce qu'on considère suffisant pour accepter un poste. La question du salaire sera donc abordée de manière très différente en fonction de chaque personne. Il est important d'évaluer différents critères avant de vous positionner. Vous pouvez entre autres vous interroger sur ces points :

- Combien d'années d'expérience relatives au domaine ai-je accumulées?
- Quel niveau de formation ai-je complété?
- Ai-je suivi de la formation continue ou est-ce que j'ai une spécialisation dans un domaine spécifique en plus de ma formation de base ?
- Ai-je suivi de la formation en entreprise dans le cadre d'un emploi précédent?
- Suis-je prêt à accepter un emploi avec un salaire un peu moins élevé, mais qui me permet d'avoir une expérience enrichissante pour mes aspirations futures?
- Quels sont mes besoins financiers? Quel salaire ai-je besoin minimalement pour remplir mes obligations?

En fonction des points ci-haut mentionnés, il est possible d'évaluer globalement à quel salaire on peut s'attendre et qu'on juge bon pour accepter un poste. Il est important de noter que cette question sera abordée de manière différente en fonction de l'expérience, de la formation et des besoins de chaque personne.

La question du salaire nécessite une préparation afin d'être bien outillé lorsque vient le temps de l'aborder avec un employeur. Lors d'un premier entretien, il n'est pas conseillé d'initier le sujet au risque de paraître davantage intéressé par le salaire que par l'opportunité d'emploi. Si l'employeur vous demande quelles sont vos attentes et qu'il s'agit d'un poste qui vous motive particulièrement dans l'organisation, vous pouvez avancer le fait que l'expérience qu'apportera l'emploi ainsi que le contexte de travail comptent davantage que le salaire. Dans d'autres situations, il s'agit d'être bien renseigné quant au marché du travail actuel afin de ne pas donner

un salaire trop élevé ou trop bas. En tout temps, évitez de mentionner un salaire précis, proposez plutôt une tranche salariale. Les ordres professionnels fournissent très souvent de l'information concernant les statistiques salariales précises pour le domaine, sinon, il existe différentes sources publiques où vous pouvez obtenir des données en ce sens (Annexe A).

Si vous avez des questions relatives aux salaires et à la façon d'aborder la question avec un employeur, n'hésitez pas à communiquer avec le Centre de gestion de carrière ESG UQAM.

RESSOURCES UTILES

Regroupements professionnels	
Association marketing de Montréal	www.marketing-montreal.com
Association canadienne du marketing	http://kingston.cioc.ca/record/KGN0283?Ln=fr-CA
L'Association de la recherche et de l'intelligence marketing	www.mria-arim.ca
Association des agences de publicité du Québec	www.aapq.ca/
L'Institut Canadien du Marketing	http://www.professionalmarketer.ca/
Bureau de la publicité interactive du Canada (IAB Canada)	http://www.iabcanada.com/fr/
L'institut des communications et de la publicité	http://icacanada.ca/
Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de détail	http://www.detailquebec.com/
Conseil québécois du commerce de détail	www.cqcd.org/
Actualité, nouveautés du domaine, offres d'emploi, etc.	
Infopresse <i>Le portail du marketing, de la publicité et des communications</i>	www.infopressejobs.com/ (offres d'emploi) www2.infopresse.com/Default.aspx (accueil)
Isarta <i>Site d'emploi en communications, vente et marketing</i>	http://emplois.isarta.com/jobs/index.shtml (offres d'emploi)
Marketing North America	www.marketingnorthamerica.com
Marketing Magazine	www.marketingmag.ca
Blogue Marketing Interactif – Association Marketing de Montréal	www.bloguemarketinginteractif.com
Centre d'excellence en marketing gouvernemental	http://cepsm.ca/resources/
Informations sur le marché du travail et outils	
Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation	www.mdeie.gouv.qc.ca/
Vente et marketing – Industrie Canada, Strategis	http://www.ic.gc.ca/app/ccc/srch/nvgt.do?sbPrtl=&prtl=1&estblmntNo=234567038523&profile=cmpItrPrfl&profileId=501&app=sold&lang=fra

EXEMPLES DE POSTES PUBLIÉS

Voici quelques exemples d'offres d'emploi ayant parues sur la banque d'emplois électronique institutionnelle.

Vous êtes intéressé à savoir quelles sont les offres en cours? Rendez-vous sur la page d'accueil de notre site Internet dans la section de gauche et cliquez sur *Consulter les offres*. En fonction de vos besoins, vous n'avez qu'à sélectionner quelques critères préétablis et vous aurez accès aux offres reliées à votre domaine.

Afin de demeurer informé quant aux possibilités d'emplois, visitez régulièrement notre site. À chaque jour, des employeurs y ajoutent des offres.

CENTRE DE GESTION DE CARRIÈRE

ESG UQAM

www.cgc.esg.uqam.ca

1- JUNIOR DES VENTES CENTRE D'ENTREPRISES ET D'INNOVATION DE MONTRÉAL

DESCRIPTION

Audacieux et persévérant, un commercial « chasseur » qui privilégiera la prospection et le développement de nouveaux marchés, afin d'augmenter considérablement le chiffre d'affaires.

EXIGENCES, COMPETENCES RECHERCHEES

Expérience dans la vente (atout). - Volonté d'atteindre des objectifs de ventes et les surpasser. - Motivé par les résultats. - Être allumé, se sentir à l'aise dans des situations délicates et être capable de répondre du tac au tac. - Capable de travailler sous pression. - Capacité de faire du démarchage à froid (uniquement dans les commerces). - Possède un DES ou un DEC. - Stable et désire faire carrière dans la vente. - Manifeste de l'intérêt pour apprendre et désire performer. - Connaissance du milieu musical et marketing (atout). - Bonne maîtrise de la suite Office. - Apparence soignée. – Bilingue.

2- REPRÉSENTANT JUNIOR LABATT

DESCRIPTION

Ce poste relève du directeur des ventes.

Le titulaire du poste est appelé à visiter des clients pour exécuter la mise en place et assurer de façon continue la disponibilité des produits en magasin et de mettre en place les promotions tout en s'assurant d'une visibilité maximale. En plus de développer de nouvelles compétences et d'appliquer directement vos connaissances acquises durant vos études, ce poste vous permettra

également d'acquérir de l'expérience pour accéder à un poste de gérant de territoire et gravir les échelons pour faire carrière dans le secteur des ventes et de la mise en marché.

Résultats et objectifs attendus dans cette fonction:

Travailler en équipe de façon à identifier des opportunités en développement des ventes et de mise en marché des produits Labatt. - Exécuter la mise en place des stratégies promotionnelles adaptées pour chaque client. - Identifier de façon continue les changements dans le marché de la bière concernant les nouveaux produits, les emballages et les activités commerciales. - Assurer un niveau de service à la clientèle impeccable et créatif en fonction des besoins de la clientèle et des normes de qualité Labatt. - Vérifier de façon continue la gestion de la qualité des produits, des prix et des inventaires et en assurer le suivi auprès du directeur des ventes.

EXIGENCES, COMPETENCES RECHERCHEES

Titulaire d'un baccalauréat soit en administration, option marketing de préférence soit dans une autre discipline. - Souci d'assurer la satisfaction de la clientèle. - Autonomie, polyvalence et initiative. - Talents de leader et excellent communicateur tant à l'oral qu'à l'écrit en français et en anglais. - Aptitudes au travail d'équipe.

3- MARCHANDISEUR LABATT

DESCRIPTION

La Brasserie Labatt cherche à compléter sa force de ventes par une personne dynamique et professionnelle qui a envie d'évoluer à travers l'entreprise.

Vos responsabilités:

Faire la mise en marché de nos produits chez nos clients (restaurants et bars ou grandes surfaces, dépanneurs) ainsi que l'implantation de nos promotions. - Développer des relations d'affaire et de confiance avec nos clients. - S'assurer que nos clients ne sont pas en rupture de stock. - Maintenir une relation quotidienne avec le département de la télévente de la Brasserie. - Promouvoir les nouveautés, spéciaux et promotions auprès des clients. - Représenter la Brasserie Labatt.

EXIGENCES, COMPETENCES RECHERCHEES

Baccalauréat en administration, marketing, ou autres disciplines connexes - Expérience en vente au détail ou service à la clientèle; Souci continu d'assurer la satisfaction de la clientèle et d'organiser les actions qui en découlent - Grande capacité à travailler en équipe. - Très bonnes aptitudes en informatique (environnement Windows). - Excellente communication tant à l'oral qu'à l'écrit en français et en anglais. - Disposition naturelle de leadership. - Autonomie, polyvalence et sens de l'initiative. - Posséder une voiture pour visiter les clients.

4- CONSEILLER COMMERCIAL ID IMPACT

DESCRIPTION

Vous aurez comme responsabilité d'effectuer des appels de prospection et d'études de marché auprès de dirigeants d'entreprise.

Gestion de grands comptes - Analyse des besoins client et développement de stratégies. – Réalisation des appels de prospection de haute qualité, 80% du temps de travail. - Implication majeure dans le déroulement du mandat (suggestions, recommandations sont attendues) - Rédaction des bilans de fin de mandat, estimation du produit/service sur le marché visé, rapport de positionnement, orientations futures.

EXIGENCES, COMPETENCES RECHERCHEES

Études de premier cycle. - Nous recherchons une personne dynamique ayant une approche commerciale, des aptitudes de vente, un esprit critique et d'analyse, une aisance téléphonique, de la rigueur et une rapidité d'action. - Importante connaissance des logiciels Word, Excel et Outlook. - Le bilinguisme est obligatoire.

5- GÉRANT DE PRODUITS LES CABLES BEN-MOR

DESCRIPTION

Cette personne sera responsable de gérer les lignes de produits existantes. - Développer de nouveaux produits incluant l'élaboration des emballages, la présentation en magasin, la structure de prix, etc. - Coordonner l'implantation des nouveaux programmes chez les clients incluant les contacts avec les marchandiseurs, la production des planogrammes, les retours de produits, le suivi des commandes et des horaires de montage, la production de feuilles de ventes, etc. - Procéder à l'analyse de la rentabilité des lignes de produits et des clients. - Apporter le support technique aux ventes, créer des promotions pour les clients. - Participer aux expositions et gérer divers projets spéciaux.

EXIGENCES, COMPETENCES RECHERCHEES

Bilinguisme (oral et écrit). - Bac en administration (option marketing). - 4 ans d'expérience pertinente dont 2 ans dans un poste similaire et/ou dans l'industrie de la quincaillerie.

6- COORDONNATEUR MARKETING / ANALYSTE XCEED

DESCRIPTION

Analyser des marchés et des sites Web - Développer des stratégies e-marketing - Concevoir et rédiger du contenu marketing - Planifier les échéanciers et coordonner les travaux.

EXIGENCES, COMPETENCES RECHERCHEES

Diplôme universitaire ou minimum de trois années d'expérience en marketing - Être parfaitement bilingue, anglais et français, tant à l'oral qu'à l'écrit - Rigueur et sens du détail - Esprit créatif et innovateur - Excellent sens de l'organisation et des priorités - Atout : Expérience en gestion de sites Web.

7- COORDONNATEUR EN MARKETING LOCATION D'OUTILS SIMPLEX

DESCRIPTION

Le coordonnateur marketing participe à la réalisation des différentes stratégies marketing. Le titulaire doit aussi gérer différentes fonctions du département sur une base quotidienne. Entre autres, ces principales fonctions sont : - Développement et réalisation de dépliants promotionnels. - Planification et supervision d'évènements spéciaux et salons industriels.- Développement et gestion des plans marketing locaux (en succursale). - Sélection, distribution, et contrôle de l'inventaire d'articles promotionnels et vêtements. - Gestion du site Web.- Gestion des demandes de commandites.

EXIGENCES, COMPETENCES RECHERCHEES

Études de premier cycle en marketing

Compétences recherchées :

-Posséder 3 à 4 années d'expérience pertinente. - Connaissance de la production imprimée, électronique et Web (atout). - Sens de l'organisation. - Souci du détail. - Bonne gestion des priorités. - Initiative, débrouillardise. - Bilinguisme, excellent français parlé et écrit.

8- RESPONSABLE MARKETING LABORATOIRES BUG-TRACKER

DESCRIPTION

Au sein de nos bureaux de Montréal, en tant que Responsable Marketing, vous aurez la responsabilité de la mise en place du plan stratégique marketing pour l'année à venir, de la préparation et de la bonne tenue des salons internationaux pour lesquels Bug-Tracker sera présent (Amérique du Nord, Asie, Europe) ainsi que de la création de tous les supports marketing à diffuser lors de ces expositions

Description de tâches

Participer aux stratégies de marketing pour développer des idées originales. - Rechercher des méthodes de marketing pour ouvrir la porte des marchés internationaux. - Développer et conclure des partenariats avec de nouveaux clients. - Organiser et gérer les évènements de promotion, la publicité. - Analyser les indicateurs de performance et cibler des stratégies afin d'acquérir de nouveaux clients. - Effectuer les prévisions de la demande du marché à l'aide d'une analyse complète.

EXIGENCES, COMPETENCES RECHERCHEES

Avoir démontré ses capacités dans le développement d'entreprise et dans l'élaboration de stratégies de nouvelles idées afin d'acquérir de nouveaux clients. - Démontrer des expériences qui ont eu du succès dans le développement et la coordination de plans et des budgets pour l'implantation de projets. - Habileté à gérer des événements promotionnels. - Habileté à exercer des relations profitables avec des clients. - 4 à 5 ans d'expérience dans l'industrie du jeu vidéo. - Excellente maîtrise de l'anglais et du français parlé et écrit. - Faire preuve de leadership et énergie illimitée. - Diplôme universitaire en marketing.

9- SPÉCIALISTE EN MARKETING DIRECT HURECA

DESCRIPTION

Notre client, une compagnie de renom, est actuellement à la recherche d'un spécialiste en marketing direct pour son bureau de Montréal.

Principales responsabilités:

Responsable du développement de stratégies marketing visant la fidélisation de la clientèle de l'entreprise. - Responsable de la mise en œuvre stratégies marketing. - Responsable du suivi des stratégies: évolution des stratégies, réorientation des stratégies et développement de nouvelles stratégies en cours de route. - Responsable de l'évaluation des stratégies: évaluation de l'efficacité, des impacts et proposition de solutions. - Assure un lien continu avec la stratégie marketing de l'entreprise.

EXIGENCES, COMPETENCES RECHERCHEES

-Baccalauréat en marketing ou en administration (BAA). - Un minimum de 5 années d'expérience en marketing direct dans un poste de gestion. - Parfaitement bilingue.

ANNEXE A : FICHE CONCERNANT LES PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL

1- GOUVERNEMENT FÉDÉRAL

CLASSIFICATION NATIONALE DES PROFESSIONS (CNP)

La Classification nationale des professions (CNP) est « la ressource autorisée d'information sur les professions au Canada »⁶⁴. Ce site, de Ressources humaines et Développement des compétences Canada, présente plus de 500 groupes professionnels qui sont représentés par un code CNP. À l'intérieur de ce code CNP, on propose des exemples de professions apparentées ainsi qu'une description des principales fonctions qui y sont reliées et les conditions d'accès à ces postes. Ainsi, il s'agit d'un outil permettant d'avoir une vue d'ensemble quant aux débouchés relatifs à un genre de compétence.

- Page d'accueil - Classification nationale des professions (CNP)
Ressources humaines et Développement des compétences Canada
<http://www.rhdcc-hrsdc.gc.ca/fra/accueil.shtml>
- Page de recherche
http://www.rhdcc.gc.ca/fra/ministeriel/recherche/conseils_recherche.shtml
- Tutoriel de formation
Qu'est-ce que la CNP – Pour plus d'information
http://www.rhdcc.gc.ca/fra/ministeriel/apropos_nous/index.shtml

EMPLOI-AVENIR QUEBEC

Emploi-Avenir Québec de Ressources humaines et Développement des compétences Canada est un site qui « vise à renseigner les personnes intéressées par l'évolution des professions au Québec »⁶⁵. Pour chacun des groupes professionnels vous pouvez accéder, dans la rubrique *Textes*, à une courte description de la profession, à quelques exemples de titres professionnels se rattachant au même code CNP et aux perspectives d'emploi et tendances du marché. Dans la section *Statistiques*, on vous présente les principaux indicateurs de l'emploi sur une moyenne annuelle et les principales caractéristiques (répartition de l'emploi selon le sexe, les groupes d'âge, les statuts d'emploi, les niveaux de scolarité, les régions administratives, données sur le revenu annuel d'emploi, le taux de travail, le pourcentage d'occupation de cette profession dans les différents secteurs d'activité, etc.).

- Page d'accueil d'Emploi-Avenir Québec
http://www.servicecanada.gc.ca/fra/qc/emploi_avenir/emploi_avenir.shtml
- Guide d'utilisation - Emploi-Avenir Québec
http://www.servicecanada.gc.ca/fra/qc/emploi_avenir/statistiques/0000.shtml

2- GOUVERNEMENT PROVINCIAL

EMPLOI-QUEBEC

Le rôle clé d'Emploi-Québec consiste à agir « à la fois comme producteur, utilisateur et diffuseur d'information nationale et régionale sur le marché du travail. »⁶⁶ Le site Internet d'Emploi-Québec se veut donc être un outil servant à mieux « comprendre la situation de l'emploi »⁶⁷. La section *Information sur le marché du travail* (IMT) permet d'obtenir des données sur les perspectives professionnelles pour les années à venir, les salaires et les statistiques reliés au groupe d'emploi ainsi que les postes affichés sur le site via *Placement en ligne*. Pour toutes ces informations, il est possible d'obtenir les données soit pour l'ensemble du Québec ou pour chacune des régions administratives de la province. Les différents postes sont regroupés sous les mêmes groupes professionnels que propose la Classification nationale des professions.

→ IMT en ligne

http://imt.emploiquebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg941_accueil_fran_01.asp

→ Page d'accueil d'Emploi-Québec

www.emploiquebec.net

3- REPÈRES

Repères est un « centre virtuel donnant accès à de l'information rigoureuse et pertinente en matière de choix de carrière et d'insertion professionnelle. »⁶⁸ Il s'adresse en autres aux étudiants désireux d'avoir des informations tant sur le monde scolaire que professionnel. Ainsi, pour chacune des professions vous avez accès à une description des tâches, aux conditions de travail, aux caractéristiques personnelles, etc. C'est un outil vous permettant d'être à l'affût des statistiques et tendances de l'emploi.

Vous pouvez avoir accès à ce logiciel, qui nécessite une licence à des fins d'utilisation, en vous rendant au laboratoire informatique des Services à la vie étudiante de l'UQAM, pavillon J.A.-De-Sève au local DS-R503.

→ Accès au logiciel REPÈRES (DS-R503)

<http://www.sve.uqam.ca/laboratoire-informatique.html>

ANNEXE B : LEXIQUE D'EMPLOI-QUÉBEC SUR LES PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES⁶⁹

La tendance du marché du travail est calculée sur un horizon de cinq ans, pour une profession. Les perspectives professionnelles sont réalisées par Emploi-Québec, pour l'ensemble du Québec, pour chacune de ses régions économiques (régions de la Côte-Nord et du Nord-du-Québec regroupées), et pour la région métropolitaine de Montréal et la région métropolitaine de Québec, à l'aide de prévisions sur cinq ans de l'évolution de la demande de main-d'œuvre de la part des employeurs et de l'état de l'offre de main-d'œuvre. Les perspectives professionnelles peuvent être qualifiées selon six niveaux de diagnostics :

PERSPECTIVES TRES FAVORABLES

Considérant l'évolution de la demande de main-d'œuvre prévue et la situation par rapport au chômage en début de période, les perspectives d'intégration au marché du travail seront très bonnes. L'établissement de ce diagnostic ne doit pas être interprété comme une garantie d'emploi dans le groupe professionnel visé.

PERSPECTIVES FAVORABLES

Considérant l'évolution de la demande de main-d'œuvre prévue et la situation par rapport au chômage en début de période, les perspectives d'intégration au marché du travail seront bonnes. L'établissement de ce diagnostic ne doit pas être interprété comme une garantie d'emploi dans le groupe professionnel visé.

PERSPECTIVES ACCEPTABLES

Considérant l'évolution de la demande de main-d'œuvre prévue et la situation par rapport au chômage en début de période, les perspectives d'intégration au marché du travail seront satisfaisantes. Bien que les personnes incluses dans ces groupes professionnels feront face à une concurrence importante, elles pourront espérer obtenir un emploi en adoptant une stratégie de recherche d'emploi appropriée.

PERSPECTIVES RESTREINTES

Considérant l'évolution de la demande de main-d'œuvre prévue et la situation par rapport au chômage en début de période, les perspectives d'intégration au marché du travail seront limitées. Bien que des personnes incluses dans ces groupes professionnels feront face à une concurrence importante, elles pourront espérer obtenir un emploi en adoptant une stratégie de recherche d'emploi appropriée.

PERSPECTIVES TRES RESTREINTES

Considérant l'évolution de la demande de main-d'œuvre prévue et la situation par rapport au chômage en début de période, les perspectives d'intégration au marché du travail seront très limitées.

NON PUBLIE

Pour certains groupes professionnels, aucun diagnostic de perspectives n'a été posé. Un nombre d'emplois peu important, un manque d'information de nature qualitative ou l'absence de marché du travail pour ces groupes professionnels expliquent que cette information est non publiée.

ANNEXE C : NOTES DE FIN

Page 6

¹ Repères www.reperes.qc.ca

² Texte Emploi-Avenir Québec (Code CNP : 4163)

http://www.servicecanada.gc.ca/fra/qc/emploi_avenir/statistiques/4163.shtml (02/2013)

³ Repères www.reperes.qc.ca (Code CNP-R : 4163-002)

⁴ Guide des offres d'emplois affichées dans la banque d'emplois institutionnelle électronique, 2005-2006.

Page 7

⁵ Description des différents secteurs d'activité Emploi-Québec

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg321_resultrechrsectactv_01.asp?lang=FRA&N&Porte=3&cregn=QC&cregncmp1=QC§ypeprin=04§ypesec=11 (02/2013)

⁶ Texte Emploi-Avenir Québec (Code CNP : 0611)

http://www.servicecanada.gc.ca/fra/qc/emploi_avenir/statistiques/0611.shtml (02/2013)

⁷ Texte Emploi-Avenir Québec (Code CNP : 0611)

http://www.servicecanada.gc.ca/fra/qc/emploi_avenir/statistiques/0611.shtml (02/2013)

⁸ La Toile des Recruteurs – agences de placement spécialisées

<http://www.latoiledesrecruteurs.com/carriere/le-bottin/agences-de-placement/specialisees> (02/2013)

⁹ Texte Emploi-Avenir Québec (Code CNP : 4163)

http://www.servicecanada.gc.ca/fra/qc/emploi_avenir/statistiques/4163.shtml (02/2013)

Page 8

¹⁰ Texte Emploi-Avenir Québec (Code CNP : 4163)

http://www1.servicecanada.gc.ca/fra/qc/emploi_avenir/statistiques/4163.shtml (02/2013)

¹¹ Texte Emploi-Avenir Québec (Code CNP : 0611)

http://www.servicecanada.gc.ca/fra/qc/emploi_avenir/statistiques/0611.shtml (02/2013)

Page 10

¹² Classification nationale des professions (Code CNP : 6411)

<http://www5.hrsdc.gc.ca/NOC/Francais/CNP/2006/RechercheRapide.aspx?val65=6411> (02/2013)

¹³ Description complète dans Repères www.reperes.qc.ca (Code CNP-R : 6411-006)

¹⁴ Description complète dans Repères www.reperes.qc.ca (Code CNP-R : 6411-004)

¹⁵ Salaire - Représentant/représentante commerciale www.reperes.qc.ca (CNP –R : 6411-006) (02/2013)

¹⁶ Salaire – Représentant / représentante publicitaire dans les médias www.reperes.qc.ca (Code CNP –R : 6411-004) (02/2013)

¹⁷ Perspectives professionnelles

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_persprof_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&PT4=53&aprof=6411&cregn=QC&PT1=1&PT2=21&pro=6411&PT3=10&type=02&motCNP=6411 (02/2013)

¹⁸ Sommaire Emploi-Québec

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_sommprofs_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&PT4=53&aprof=6411&cregn=QC&PT1=2&PT2=21&pro=6411&PT3=10&type=02&motCNP=6411&cregncmp2=QC (02/2013)

Page 11

¹⁹ Classification nationale des professions (Code CNP : 4163)

<http://www5.hrsdc.gc.ca/NOC/Francais/CNP/2006/RechercheRapide.aspx?val65=4163> (02/2013)

Page 12

²⁰ Description complète dans Repères www.reperes.qc.ca (Code CNP-R : 4163-003)

²¹ Description complète dans Repères www.reperes.qc.ca (Code CNP-R : 4163-002)

²² **Salaire – Agent, agente de développement économique (Code CNP-R : 4163-003)**

www.reperes.qc.ca (02/2013)

²³ **Salaire – Expert-conseil, experte-conseil en commercialisation (Code CNP-R : 4163-002)**

www.reperes.qc.ca (02/2013)

²⁴ **Perspectives professionnelles**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_persprof_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=4163&cregn=QC&PT1=1&PT2=21&pro=4163&PT3=10&type=02&motCNP=4163 (02/2013)

²⁵ **Sommaire Emploi-Québec**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_sommprofs_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=4163&cregn=QC&PT1=2&PT2=21&pro=4163&PT3=10&type=02&motCNP=4163 (02/2013)

Page 13

²⁶ **Classification nationale des professions (Code CNP : 6233)**

<http://www5.hrsdc.gc.ca/NOC/Francais/CNP/2006/RechercheRapide.aspx?val65=6233> (02/2013)

²⁷ Description complète dans Repères www.reperes.qc.ca (Code CNP-R : 6233-002)

²⁸ **Salaire - Acheteur, acheteuse des commerces de gros et de détail (Code CNP-R : 6233 -001)**

www.reperes.qc.ca (02/2013)

²⁹ **Salaire - Acheteur/acheteuse adjoint (Code CNP – R : 6233-002)** www.reperes.qc.ca (02/2013)

³⁰ **Perspectives professionnelles Emploi-Québec**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_persprof_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=6233&cregn=QC&PT1=1&PT2=21&pro=6233&PT3=10&type=02&motCNP=6233 (02/2013)

³¹ **Sommaire Emploi-Québec**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_sommprofs_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=6233&cregn=QC&PT1=2&PT2=21&pro=6233&PT3=10&type=02&motCNP=6233 (02/2013)

Page 14

³² **Classification nationale des professions (Code CNP : 1122)**

<http://www5.hrsdc.gc.ca/NOC/Francais/CNP/2006/RechercheRapide.aspx?val65=1122> (02/2013)

³³ Description complète dans Repères www.reperes.qc.ca (Code CNP-R : 1122-002)

³⁴ **Salaire - Conseiller/conseillère en management (Code CNP-R : 1122-002)** www.reperes.qc.ca

(02/2013)

³⁵ **Perspectives professionnelles**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_persprof_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=1122&cregn=QC&PT1=1&PT2=21&pro=1122&PT3=10&type=02&motCNP=1122 (02/2013)

³⁶ **Sommaire Emploi-Québec**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_sommprofs_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=1122&cregn=QC&PT1=2&PT2=21&pro=1122&PT3=10&type=02&motCNP=1122 (02/2013)

Page 15

³⁷ **Classification nationale des professions (Code CNP : 6221)**

<http://www5.hrsdc.gc.ca/NOC/Francais/CNP/2006/RechercheRapide.aspx?val65=6221> (02/2013)

³⁸ **Salaire – Représentant/représentante pharmaceutique** www.reperes.qc.ca (Code CNP-R : 6221-002)

(02/2013)

³⁹ **Perspectives professionnelles Emploi-Québec**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_persprof_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=6221&cregn=QC&PT1=1&PT2=21&pro=6221&PT3=10&type=02&motCNP=6221 (02/2013)

⁴⁰ **Sommaire Emploi-Québec**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_sommprofs_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=6221&cregn=QC&PT1=2&PT2=21&pro=6221&PT3=10&type=02&motCNP=6221 (02/2013)

Page 16

⁴¹ **Classification nationale des professions (Code CNP : 0611)**

<http://www5.hrsdc.gc.ca/NOC/Francais/CNP/2006/RechercheRapide.aspx?val65=0611> (02/2013)

⁴² Description complète dans Repères www.reperes.qc.ca (Code CNP-R : 0611-001)

⁴³ Description complète dans Repères www.reperes.qc.ca (Code CNP-R : 0611-002)

⁴⁴ Description complète dans Repères www.reperes.qc.ca (Code CNP-R : 0611-006)

⁴⁵ **Salaire – Directeur, directrice du marketing (Code CNP-R : 0611-006)** www.reperes.qc.ca (02/2013)

⁴⁶ **Salaire – Directeur, directrice des ventes (Code CNP-R : 0611-002)** www.reperes.qc.ca (02/2013)

⁴⁷ **Perspectives professionnelles**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_persprof_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=0611&cregn=QC&PT1=1&PT2=21&pro=0611&PT3=10&type=02&motCNP=0611&pgpr1=mtg122_sommprofs_01%2Easp (02/2013)

⁴⁸ **Sommaire Emploi-Québec**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_sommprofs_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=0611&cregn=QC&PT1=2&PT2=21&pro=0611&PT3=10&type=02&motCNP=0611&pgpr1=mtg122_sommprofs_01%2Easp (02/2013)

Page 17

⁴⁹ **Classification nationale des professions (Code CNP : 0621)**

<http://www5.hrsdc.gc.ca/NOC/Francais/CNP/2006/RechercheRapide.aspx?val65=0621> (02/2013)

⁵⁰ Description complète dans Repères www.reperes.qc.ca (Code CNP-R : 0621-007)

⁵¹ Description complète dans Repères www.reperes.qc.ca (Code CNP-R : 0621-010)

⁵² **Salaire - Directeur/directrice d'agence de voyages (Code CNP-R : 0621-007)** www.reperes.qc.ca (02/2013)

⁵³ **Salaire - Directeur/directrice d'une agence de guides (Code CNP-R : 0621-010)** www.reperes.qc.ca (02/2013)

⁵⁴ **Perspectives professionnelles**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_persprof_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=0621&cregn=QC&PT1=1&PT2=21&pro=0621&PT3=10&type=02&motCNP=0621 (02/2013)

⁵⁵ **Sommaire Emploi-Québec**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_sommprofs_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=0621&cregn=QC&PT1=2&PT2=21&pro=0621&PT3=10&type=02&motCNP=0621 (02/2013)

Page 18

⁵⁶ **Classification nationale des professions (Code CNP : 0013)**

<http://www5.hrsdc.gc.ca/NOC/Francais/CNP/2006/RechercheRapide.aspx?val65=0013> (02/2013)

⁵⁷ **Salaires et statistiques (Code CNP : 0013)**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_statprof_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=0013&cregn=QC&PT1=0&PT2=21&pro=0013&PT3=10&type=02&motCNP=0013 (02/2013)

⁵⁸ **Perspectives professionnelles**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_sommprofs_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=0013&cregn=QC&PT1=3&PT2=21&pro=0013&PT3=10&type=02&motCNP=0013 (02/2013)

⁵⁹ **Sommaire Emploi-Québec**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/noncache/contenu/asp/mtg122_sommprofs_01.asp?lang=FRAN&Porte=1&cregncmp1=QC&cregncmp2=QC&PT4=53&aprof=0013&cregn=QC&PT1=3&PT2=21&pro=0013&PT3=10&type=02&motCNP=0013 (02/2013)

Page 19

⁶⁰ **Baccalauréat en administration des affaires (questions 12, 18, 31)**

http://www.cgc.esg.uqam.ca/upload/files/2011_placement_etudeCGC-v1.pdf

⁶¹ **Maîtrise en administration des affaires (avec mémoire) (3665) (questions 13, 19, 32)**

http://www.cgc.esg.uqam.ca/upload/files/2011_placement_etudeCGC-v1.pdf

⁶² **MBA cadre (tous les programmes) (code PBRIR 3457) (questions 13, 19, 32)**

http://www.cgc.esg.uqam.ca/upload/files/2011_placement_etudeCGC-v1.pdf

Page 20

⁶³ « La situation d'emploi de personnes diplômées », La relance à l'Université, Enquêtes de 2009
Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, p. 52, 53 et 62

<http://www.mels.gouv.qc.ca/sections/publications/publications/SICA/DRSI/RelanceUniversite2009.pdf>
(09/2013)

Page 28

⁶⁴ **Classification nationale des professions**

<http://www23.hrdc-drhc.gc.ca/2001/f/generic/welcome.shtml>

⁶⁵ **Emploi-Avenir Québec** http://www.servicecanada.gc.ca/fra/qc/emploi_avenir/emploi_avenir.shtml

Page 29

⁶⁶ **Emploi-Québec**

<http://emploiuebec.net/index.asp>

⁶⁷ **Emploi-Québec**

<http://emploiuebec.net/index.asp>

⁶⁸ **Repères**

www.reperes.qc.ca

Page 30

⁶⁹ **Lexique d'Emploi-Québec - perspectives professionnelles**

http://imt.emploiuebec.net/mtg/inter/prxcache/contenu/htm/mtg942_lexique_p_fran_01.htm#033