

# MARKETING Paris domine encore aux yeux des grands recruteurs

**A**vec un CDI à la Française des jeux signé trois mois avant son diplôme, Aurélien Utzeri peut s'estimer heureux. Son master marketing de l'IAE de Paris en poche, il a évité les difficultés d'insertion que connaissent les jeunes diplômés en marketing depuis que les entreprises se serrent la ceinture.

Dans ce domaine, les écoles de commerce ont pourtant encore la faveur des recruteurs. Mieux structurées, avec un réseau d'anciens et des moyens supérieurs, elles sont censées former de meilleurs profils. «Ce n'est pas forcément vrai», nuance Steve Boccara, dirigeant du cabinet Campus

Recrutement. Désormais, certaines formations universitaires valent les écoles de gestion ou Sciences po : à commencer par les parisiennes, comme Dauphine, Assas ou le Celsa. En province, les IAE d'Aix, de Lyon, de Grenoble et de **Bordeaux** sortent du lot. Mais leurs masters restent un cran au-dessous, selon les recruteurs.

Pour gagner leurs galons, ces facs ont travaillé l'employabilité de leurs étudiants à la manière des écoles. Elles proposent de l'alternance ou un stage de six mois, des études de cas, mais aussi de nombreuses interventions de professionnels et des missions en entreprise.

Léonor Lumineau ●

Lu dans Capital fév. 2013



## NOTRE SÉLECTION DES MEILLEURES FORMATIONS

Diplôme	Taux d'admission (1)	Nombre de diplômés (2)	Taux d'emploi (3)	Salaires de départ (4)	Particularité	L'avis de Capital
<b>Marketing et communication des entreprises</b> Paris-II Assas	4%	39	60%	<b>36 000 euros</b>	Chaque année, ce cursus reçoit plus de 200 offres d'entreprises pour accueillir ses élèves en apprentissage.	Le taux d'admission permet de mesurer la notoriété de ce master, digne des meilleures écoles de commerce.
<b>Marketing</b> Paris-Dauphine	13%	30	58%	<b>36 000 euros</b>	Outre un anglais impeccable, les candidats doivent idéalement avoir effectué une année de césure professionnelle.	Référence du secteur, le «204», comme on dit, case ses élèves dans les groupes prestigieux tels que L'Oréal ou LVMH.
<b>Marketing chef de produit</b> IAE Gustave Eiffel Paris Est Créteil	8%	34	60%	<b>36 000 euros</b>	Les cours sont concentrés de septembre à décembre. Puis, dès janvier, les étudiants sont en stage pour six mois.	Pas de fausse promesse marketing pour cette formation : 90% des diplômés deviennent chefs de produit juniors.
<b>Marketing et pratiques commerciales</b> IAE de Paris	7%	32	52%	<b>34 800 euros</b>	Dispensé uniquement sous la forme de l'apprentissage, ce cursus alterne 15 semaines à la fac et 37 en entreprise.	Depuis sa création il y a tout juste vingt ans, ce parcours a bien réussi à se faire apprécier des professionnels.
<b>Marketing et communication des services</b> IAE de Lyon-III	10% (5)	22	25%	<b>31 200 euros</b>	Etudes de cas, jeux d'entreprise, projets avec tuteurs professionnels : on fait dans le concret au sein de ce master.	Téléphonie, banque, SSII... les débouchés ne manquent pas pour les élèves de cette formation unique en France.
<b>Marketing et management de la marque</b> IAE d'Aix-en-Provence	9% (5)	21	35%	<b>29 400 euros</b>	Avec 80% des cours en anglais, dont les options de spécialisation et la soutenance finale, mieux vaut être «fluent».	TNS Sofres, Nielsen ou encore Ipsos sont fidèles à ce master réputé notamment pour son niveau en statistiques.
<b>Marketing</b> IAE de Bordeaux-IV	14%	29	41%	<b>28 300 euros</b>	Marketing direct, merchandising, CRM : les étudiants sont bien formés aux outils qu'ils auront à manier plus tard.	Un tiers des diplômés partent travailler en webmarketing, et pas seulement dans la région Aquitaine. Un bon signe.
<b>Stratégie de marque et branding</b> Celsa, Paris-IV	11% (5)	47	NC	<b>28 200 euros</b>	Qu'il soit suivi classiquement ou en apprentissage, ce master forme des spécialistes de la stratégie marketing.	Qui ne connaît pas le Celsa chez les pros du marketing ? Mais il se mérite, car on y entre seulement sur concours.
<b>Communication stratégique et marketing</b> Celsa, Paris-IV	16% (5)	24	NC	<b>28 200 euros</b>	Cette autre formule proposée par le Celsa prépare plus à des postes dans la pub : en agence ou en entreprise.	La notoriété du diplôme est un atout évident pour trouver un job, même si la crise rend l'insertion plus difficile.
<b>Ingénierie du marketing</b> IAE de Grenoble	25%	26	32%	<b>23 400 euros</b>	Le premier semestre vise à acquérir les concepts. Au cours du second, des cadres marketing viennent faire cours.	Encore un bon master marketing du réseau des IAE, ce label constituant un réel gage de qualité.

(1) Rapport entre le nombre de places et les candidatures reçues pour l'entrée en master 2. (2) En 2012. (3) Estimation après trois mois, en CDI. (4) Salaire annuel brut moyen. (5) Hors passage en M2 des étudiants du M1 marketing. NC : non communiqué.