

## MARKETING PUBLICITE ET COMMUNICATION

### Stages : exemples de missions

#### PLANNING STRATEGIQUE ET STRATEGIE MEDIAS

##### Assistant(e) Planning stratégique

- planning stratégique
- études de tendances et anticipation des concepts
- analyse des enjeux démographiques et habitudes des consommateurs
- innovation

##### Consultant(e) junior

- participation, avec le consultant senior et le directeur associé, aux diverses phases des missions clients (études, groupes de créativité/marque, synthèse des résultats)
- en charge de l'enrichissement des observatoires de tendances.

##### Chargé(e) d'études Marketing

- veille marché (suivi éditorial et publicitaire de la concurrence, analyses et baromètres des investissements marché)
- analyse et exploitation des études lecteurs
- réalisation de supports d'argumentation commerciale, études sectorielles, tableaux de bord internes

##### Assistant(e) Chef de Projets Marketing Développement

- suivi & reporting gamme : Analyse données quantitatives / Veille concurrentielle / Proposition plans de progrès
- études marketing : Participation, bilan et analyse tests produits et consommateurs
- marketing développement : Lancement de nouveaux produits / Gestion de projets / développement du mix produit et packaging
- marketing stratégique : Recherche concepts / Recommandations / Mise en place, suivi et bilan d'une OP de lancement
- marketing promotionnel : Développement et suivi des actions promotionnelles / Préparation des outils de vente (argumentaires)
- communication produit : Préparation, suivi et bilan du plan publi-promotionnel (communication catalogue)

## **BRANDING ET PENSEE CREATIVE (STAGE ET APPRENTISSAGE)**

### **Responsible Marketing**

- analyse de marché (consommateur, distributeur, concurrence)
- mise en œuvre et suivi des actions de communication et de promotion des produits : pub, promo, partenariats, PLV, relations presse.
- développement de nouveaux réseaux de distribution, tests merchandising etc.).
- élaboration d'une stratégie de communication
- mise en place de la stratégie de communication du site, avec définition de l'identité de la marque