

Spécialiste en marketing BF



Nature des tâches

Ils connaissent les lois qui régissent l'économie, les règles du jeu des marchés et suivent de près l'actualité. Ils élaborent pour leur entreprise, en ce qui concerne la commercialisation d'un produit, un concept efficace qui profite d'un créneau ou offre à un public cible un plus grand avantage que le produit concurrent. Ils mettent en place le concept de façon rentable. Ils doivent à cet effet penser de manière analytique et travailler de manière systématique. La mise en place du concept nécessite prévision, direction, coordination, organisation et contrôle. Le marketing se décompose en divers secteurs tels que la vente, la publicité, l'étude de marché, la gestion produit.

Conditions d'admission

Apprentissage professionnel d'au moins 3 années ou b) école de commerce ou maturité ou c) examen professionnel supérieur ou d) diplôme de fin d'études d'une haute école spécialisée ou e) diplôme universitaire ; auxquels s'ajoutent 3-4 années d'expérience professionnelle dans la vente, le marketing, la publicité.

Créativité, bon contact, bonne capacité d'expression, sens de la stratégie et des situations, habileté en matière de négociation, compréhension des évolutions de l'économie.

Formation

Cours préparatoires conseillés (en cours d'emploi ; informations par l'intermédiaire de la Société Suisse des employés de commerce) ; diplôme de fin d'études : examen professionnel (EP).

Perspectives

Chef/-e de marketing, de vente, d'exportation, d'importation, conseil en communication (tous EPS) ;
économiste d'entreprise HES, diplômé en gestion commerciale ESGC ; formation de chef/-e de produit,
Key-Account-Manager.