

QUE FAIRE EN SORTANT D'UNE ECOLE DE COMMERCE ?

1. Les métiers de la gestion d'entreprise

L'assistant de gestion :

Il épaulé le responsable d'une PME dans ses diverses tâches, il est polyvalent et disponible.

Le chef de secteur ou de département :

Il développe le chiffre d'affaires de sa zone géographique ou de son département , peut intégrer ensuite une direction commerciale ou marketing.

Le responsable d'un centre de profit :

Il élabore des stratégies commerciales et financières et est responsable du bon fonctionnement de l'entreprise, tant au niveau de la rentabilité, des ressources humaines, des projets de développement. Il doit avoir le sens des affaires et des qualités relationnelles.

2. Les métiers de la finance et de la comptabilité

L'assistant comptable :

Il enregistre les flux financiers et peut travailler soit dans le service comptable d'un entreprise, soit dans un cabinet d'expertise.

Le contrôleur de gestion :

Il a un rôle de vérification et de prévision, il contrôle les comptes et les données financières et conseille la direction pour la définition des budgets de l'entreprise.

L'auditeur :

Après un long travail d'observations, d'analyse et d'entretiens, l'auditeur dresse un bilan de l'organisation qu'il a étudiée, et relève tous les dysfonctionnements.

Le comptable :

Il vérifie et centralise l'enregistrement des données commerciales ou financières de l'entreprise.

3. Les métiers de la vente

L'assistant commercial :

Il assiste les collaborateurs dans leur travail de prospection et dans la gestion des partenaires publicitaires.

Le commercial :

Il fait progresser le chiffre d'affaires de son entreprise. Il peut ensuite évoluer vers un poste de chef des ventes.

L'ingénieur technico-commercial :

Il conseille le client grâce à ses connaissances techniques, l'objectif étant de vendre des produits ou prestations.

Le commercial export :

Polyglotte, il développe le chiffre d'affaires de l'entreprise à l'étranger.

Le chef de zone export :

Il est responsable d'un secteur commercial à l'étranger, développe sa zone et gère son équipe de commerciaux.

Le directeur commercial :

Il définit la stratégie commerciale de l'entreprise dans l'ambition d'en développer le chiffre d'affaires.

4. Les métiers du marketing et de la promotion des ventes

L'assistant chef de produit :

Il épaulé son supérieur pour lancer une marchandise. Il intervient à toutes les étapes de la vie d'une denrée et est l'intermédiaire entre les différents partenaires.

Le chargé d'études marketing :

Il permet à son entreprise de disposer d'informations sur une marchandise ce qui le place au cœur de la réussite d'un projet.

Le responsable merchandising :

Il met en scène les produits pour les rendre attractifs avec pour objectif l'augmentation des ventes de son employeur.

Le directeur marketing :

Il développe la stratégie de création et de lancement des produits de son entreprise.

5. Les métiers des ressources humaines

Le gestionnaire de paie :

Il élabore les fiches de paie des salariés, les contrôle et les valide. Il intervient de plus en plus dans les relations avec le personnel.

L'assistant en ressources humaines :

Il gère et prépare les actes administratifs, il peut aussi s'occuper du recrutement.

Le responsable de formation :

Il est chargé d'élaborer puis de mettre en œuvre les plans de formation au sein de son entreprise.

Le directeur des ressources humaines :

Il pilote la gestion du personnel de l'entreprise : recrutements, formations, salaires, licenciements.

6. Les métiers de l'information et de la communication

Le chef de publicité en agence :

Il joue un rôle essentiel de chef d'orchestre et d'intermédiaire entre l'annonceur et les différentes équipes de l'agence.

Le chargé de communication :

Il a pour mission de collecter et mettre en forme l'information avant de la transmettre aux journalistes.

Le chef de projet multimédia :

Il joue un rôle d'interface entre les équipes techniques et créatives, qui réalisent le projet, et le client.

Le directeur de la communication :

Charismatique et diplomate, il participe à l'élaboration du plan de communication et supervise sa mise en œuvre.