

CHARGE D'ETUDES MEDIA

Descriptif du métier et missions principales

Il est chargé de concevoir des campagnes de publicité. Pour ce faire, il s'appuie sur des données chiffrées et sur des études de marché.

Dans un premier temps, il est chargé de recueillir des informations afin de trouver le support le mieux adapté au message qu'il souhaite transmettre. Il choisit ensuite le média dans lequel la publicité sera transmise.

Enfin, à la suite de ses recherches, il est chargé de proposer un plan média soumis à l'approbation du chef d'agence et du client.

Une fois la campagne publicitaire lancée, il peut revoir son plan média et le réajuster.

Conditions d'accès au métier

Diplôme requis : bac +5

Les recruteurs apprécient les diplômés des écoles de commerce, mais aussi les étudiants ayant suivi un 3^{ème} cycle universitaire en communication, économie ou gestion. Les titulaires d'un master en statistiques ont également une carte à jouer.

Il est également possible aux diplômés d'un institut d'études politiques de suivre cette voie.

Le parcours d'études avec Paris Panthéon-Assas Université

- [Licence information-communication](#)
- [Master Information, communication Parcours Médias, publics et cultures numériques](#)
- [Master Marketing, vente Parcours Marketing et communication / MC2](#)

Qualités et compétences requises

- **Rigueur**

Ce professionnel doit être rigoureux et méthodique.

- **Esprit de synthèse**

Afin de proposer un plan média le plus adapté aux besoins de ses clients, il doit, en amont, recueillir de nombreuses informations puis les synthétiser.

Mission Orientation-Emploi

CIO

92, rue d'Assas, 75 006 Paris Tél. 01 44 41 58 75

Lundi au Jeudi 9h30 à 17h et Vendredi matin de 9h30 à 12h/cio@u-paris2.fr

- **Curiosité**

Le chargé média doit mettre à jour régulièrement ses connaissances et notamment du secteur de la publicité.

Emploi

Salaire du débutant : 1 800 à 2000 euros brut

Les agences et, plus encore, les centrales d'achats sont les employeurs principaux des chargés d'études média. Les principaux débouchés se situent à Paris, en région parisienne et dans les grandes villes de province. L'Ile-de-France concentre à elle seule près de la moitié des agences de publicité et 60 % des effectifs du secteur.

Pour aller plus loin

1) Ressources disponibles en salle de documentation du CIO

ONISEP. *Les métiers du commerce, du marketing et de la publicité*. 2021

Classeur G du CIDJ 2.33

Dossiers métiers n°520 et 521

2) Liens utiles

- **Site portail des professionnels du marketing**

<http://www.e-marketing.fr>

- **Association des agences-conseils en communication**

<http://www.aacc.fr>

- **Site de l'Union des annonceurs**

<https://uniondesmarques.fr/>

Site de l'Union des annonceurs

Sources utilisées pour réaliser cette fiche

- <https://www.oriane.info/>
- <http://www.cidj.com/>

Mission Orientation-Emploi

CIO

92, rue d'Assas, 75 006 Paris Tél. 01 44 41 58 75

Lundi au Jeudi 9h30 à 17h et Vendredi matin de 9h30 à 12h/cio@u-paris2.fr

- <http://www.onisep.fr/Decouvrir-les-metiers>
- <https://www.orientation-pour-tous.fr/>
- Classeurs du CIDJ
- ONISEP. *Le dico des métiers*. 2018.

Mission Orientation-Emploi

CIO

92, rue d'Assas, 75 006 Paris Tél. 01 44 41 58 75

Lundi au Jeudi 9h30 à 17h et Vendredi matin de 9h30 à 12h/cio@u-paris2.fr