

MINISTÈRE DES ARMÉES

FICHE DE MISSION

Stage – Assistant(e) Marketing et Études		
Mission	Suivi de partenariats et <i>benchmark</i> des programmes d'adhésion.	QR code
Département	Département Marketing et Publics	
Service	Service Marketing et Études	
Responsable	Alice VEISSIER	

Durée de la mission			
Date de début de mission :	18 octobre 2021	Durée de la mission :	2 mois

Localisation du poste			
Etablissement d'emploi	Musée national de la Marine – Palais de Chaillot – 17 place du Trocadéro – 75016 Paris	Lieu de travail	Musée national de la Marine – Tour Égée 11 allée de l'Arche, 92671 Courbevoie Cedex

Description de la mission
<p>1 – Contexte</p> <p>Établissement public administratif (EPA) relevant du ministère des Armées, le musée national de la Marine est labellisé musée de France et implanté sur 6 lieux distincts du territoire national (à Paris au Palais de Chaillot, dans les ports de Brest, Port-Louis, Rochefort, Toulon et à Dugny pour son centre de conservation et de ressources).</p> <p>À la fois musée d'art et d'histoire, de sciences et de techniques, d'aventure humaine et de tradition populaire, il a pour mission de présenter l'histoire du patrimoine maritime grâce à ses collections permanentes héritées des arsenaux et de la salle de la Marine du Louvre, ainsi que par l'organisation d'expositions temporaires.</p> <p>Un large projet de transformation et de rénovation est en cours, dont l'ambition est de construire le grand musée maritime français du 21^{ème} siècle, afin de transmettre au grand public la conscience des enjeux de la mer d'aujourd'hui et de demain, à travers une nouvelle valorisation de ses collections.</p> <p>2 – Mission</p> <p>Le département Marketing et Publics est en charge d'accueillir, d'étudier et de développer les publics du musée dans un objectif de hausse de la fréquentation et des ressources propres. Il est le point de rencontre</p>

entre le musée et ses publics. Il définit la politique générale des publics en lien avec les autres. Il pilote par ailleurs les missions commerciales du musée, qu'elles soient gérées en interne ou déléguées.
Au sein du département Marketing et Publics, le service Marketing et Études est en charge de l'étude des publics et de l'analyse financière et statistique de la fréquentation et des ventes. Il a la responsabilité du développement des ressources propres.

Placé(e) sous l'autorité de la cheffe du service Marketing et Études et sous la responsabilité de la chargée de Marketing et Études, le ou la stagiaire assurera les missions principales suivantes :

1. Création d'un outil à usage interne répertoriant les partenariats tarifaires (gratuités, tarifs réduits), actualisation et mise en avant de ces informations sur le site Internet du musée.
2. Aide à la finalisation du benchmark des programmes d'adhésion du secteur culturel (comparaison des offres, collectes des brochures d'adhésion, etc.).

Compétences requises

- Profil : minimum bac +2/3 Marketing et Ventes / Tourisme / Gestion de projets ;
- savoir-faire : maîtrise des outils bureautiques, compétences en gestion de projet, intérêt pour le secteur muséal et / ou maritime ;
- savoir-être : sens de l'organisation, rigueur, aisance relationnelle et esprit d'équipe.

Informations pratiques

Stage d'une durée de deux mois, non rémunéré. Remboursement de 50% des frais de transport.

Régime hebdomadaire de 35 heures, soit 7h de travail par jour à réaliser entre 9h et 18h.

Les candidats devront adresser un CV ainsi qu'une lettre de motivation pour ce stage avant le 4 octobre (via le formulaire en ligne ou par email aux contacts indiqués ci-dessous).

Contacts

	Tutrice de stage	Gestionnaire RH
Nom	Alice VEISSIER	Anne du DOUËT de GRAVILLE
Fonction	Chargée de Marketing et Études	Cheffe de service des Ressources Humaines
Adresse internet	a.veissier@musee-marine.fr	recrutement@musee-marine.fr