

UE Marketing, management du sport et aspects stratégiques

 ECTS
9 crédits

 Composante
Faculté
humanités,
santé, sport,
sociétés (H3S)

 Période de
l'année
Toute l'année

- > **Langue(s) d'enseignement:** Français
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

Marketing des services sportifs

Théories et techniques de communication

Conduite de projets et d'événements sportifs

Objectifs

Se familiariser avec les fondamentaux du marketing et des techniques de communication, concevoir et piloter une démarche projet et/ou événementielle, gérer les ressources nécessaires, adopter une démarche stratégique, travailler en équipe.

Heures d'enseignement

| | | |
|--|----|-----|
| UE Marketing, management du sport et aspects stratégiques (CM) | CM | 39h |
| UE Marketing, management du sport et aspects stratégiques (TD) | TD | 18h |
| UE Marketing, management du sport et aspects stratégiques (TP) | TP | 15h |

Contrôle des connaissances

1 CCF écrit 1h30 0,2%, 1 CCF oral 0,2%, 1CT Rendu de travaux 0,6%, Session 2 : écrit 1h30

Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

| Libellé | Nature de l'enseignement | Type d'évaluation | Nature de l'épreuve | Durée (en minutes) | Nombre d'épreuves | Coefficient de l'épreuve | Remarques |
|---------|--------------------------|-------------------|---------------------|--------------------|-------------------|--------------------------|-----------|
| UE | | CT | Ecrit - rapport | | | 60% | |
| UE | | CC | Oral | | | 20% | |
| UE | | CC | Ecrit | | | 20% | |

Seconde chance / Session de rattrapage - Épreuves

| Libellé | Nature de l'enseignement | Type d'évaluation | Nature de l'épreuve | Durée (en minutes) | Nombre d'épreuves | Coefficient de l'épreuve | Remarques |
|---------|--------------------------|-------------------|---------------------|--------------------|-------------------|--------------------------|-----------|
| UE | | CT | Ecrit | 90 | | | |

Compétences visées

Maîtriser les outils de base en marketing et communication

Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française et adopter une posture adaptée à la situation et communiquer à l'aide de différents supports pour présenter des productions. Participer et/ou concevoir, promouvoir

un projet évènementiel. Construire des produits sportifs spécifiques adaptés à des situations et publics spécifiques. Travailler en équipe et responsabilité au service d'un projet.

Bibliographie

Mathias Lucien RAPEAUD (2019). Communication événementielle : de la stratégie à la pratique. Broché.

Christophe PASCAL (2022, 2^{ème} édition). La communication événementielle. Broché.

Philippe CLAVEAU (2015). Management des projets évènementiels. Broché.

Michel DESBORDES, André RICHELIEU (2018). Marketing du sport. De Boeck Supérieur

✉ Lionel Maltese, ✉ Jean-Philippe Danglade (2014). Marketing du sport et évènementiel sportif. Dunod

Infos pratiques

Contacts

Secrétariat de scolarité

Stéphanie Morice

Responsable pédagogique

Cedric Tardy

✉ Cedryc.Tardy@univ-grenoble-alpes.fr

Campus

› Grenoble - Domaine universitaire