

## MASTER - STAPS : management du sport

### Marketing du sport

#### Pré-requis obligatoires

Etre titulaire d'un diplôme de niveau BAC+3 (université ou école).  
 Entrée possible par validation des acquis de l'expérience dans le champ professionnel visé par le diplôme.  
 Avoir un niveau d'anglais certifié (B2 minimum et TOIEC > 785).  
 Attester d'une culture sportive en tant que pratiquant(e) régulier(e).

Langue du parcours	Français
ECTS	120 ECTS
Volume horaire	
TP : 0h	TD : 617h
CI : 0h	CM : 280h
Formation initiale	Oui
Formation continue	Non
Apprentissage	Non
Contrat de professionnalisation	Non
Stage : (durée en semaines)	40

#### Pré-requis recommandés

Avoir une connaissance approfondie des différents marchés économiques du sport.

#### Objectifs du parcours

Former des professionnels, managers, gestionnaires, chargé(e)s d'études à même de travailler dans les organisations sportives (entreprises, fédérations sportives, collectivités).

#### Compétences à acquérir

Etre capable de définir une politique visant à répondre à des besoins, des attentes des consommateurs de produits sportifs.  
 Etre capable de piloter des stratégies marketing/commerciales propres aux organisations sportives.  
 Etre capable de mettre en oeuvre des techniques marketing et commerciales au service des politiques développées par les organisations sportives.

#### Poursuite d'études

Doctorat STAPS, en sciences de gestion et/ou en sciences sociales appliquées au sport.

#### Codes ROME

- M1705 - Marketing
- M1703 - Management et gestion de produit
- K1802 - Développement local

#### Stage et projet tutoré

Stage obligatoire entre 16 et 24 semaines en M1 et M2 à compter de janvier / Between 16 and 24 weeks.

#### Contacts

- Laurence Jeanmairet : [jeanmair@unistra.fr](mailto:jeanmair@unistra.fr)
- Lilian Pichot : [pichot@unistra.fr](mailto:pichot@unistra.fr)

# Master 1 - Marketing du sport / Sports Marketing

## Semestre 1 - MS

	ECTS	CM	CI	TD	TP	TE	Stage
<b>UE 1 : Initiation à la recherche (S1)</b>	6 ECTS			64 h		150 h	
Méthodologie de la recherche et des études appliquées en management du sport (1)				10 h			
Analyse de données et logiciels de traitement statistique				30 h			
Méthodes quantitatives et qualitatives				24 h			
Workshops et conférences (1)							
<b>UE 2 : Outils professionnels (S1)</b>	6 ECTS	16 h		70 h		150 h	
Professional English (1)				20 h			
Activités physiques et sportives (APS) spécifiques au Management du sport				20 h			
Economy of sport and Leisure		16 h					
Création d'entreprise				12 h			
Média training (expression orale et corporelle)				18 h			
<b>UE 3 : Socio-marketing des services sportifs (S1)</b>	6 ECTS	36 h				150 h	
Marketing des services sportifs		8 h					
Marketing événementiel		20 h					
Marketing des fédérations sportives nationales et internationales		8 h					
<b>UE 4 : Marketing des biens sportifs</b>	9 ECTS	40 h				225 h	
Marketing of sporting goods (1)		20 h					
Comportement du consommateur		20 h					
<b>UE 5 : Communication et commercialisation (S1)</b>	3 ECTS			52 h		75 h	
Communication and media				20 h			
Digital communication - case studies				12 h			
Logiciels de création graphique				20 h			

## Semestre 2 - MS

	ECTS	CM	CI	TD	TP	TE	Stage
<b>UE 1 : Initiation à la recherche (S2)</b>	6 ECTS			42 h		150 h	
Méthodologie de la recherche et des études appliquées en Management du sport (2)				10 h			
Etudes de marché (2)				32 h			
Workshops et conférences (2)							
<b>UE 2 : Outils professionnels (S2)</b>	6 ECTS			37 h		150 h	
Professional English (2)				20 h			
Projet professionnel				8 h			
Techniques de recherche d'emploi et de recrutement				9 h			
<b>UE 3 : Socio-marketing des biens et des services sportifs (S2)</b>	6 ECTS	12 h		12 h		150 h	
Sales Management of sporting goods				12 h			
Sociologie des consommations sportives		12 h					
<b>UE 4 : Communication et commercialisation (S2)</b>	6 ECTS			20 h		150 h	
Techniques de vente et négociation commerciale				20 h			
<b>UE 5 : Stage de professionnalisation</b>	6 ECTS					150 h	24 sem
Stage de fin d'année de formation (entre 16 et 24 semaines)							24 sem

## Master 2 - Marketing du sport / Sports Marketing

### Semestre 3 - MS

	ECTS	CM	CI	TD	TP	TE	Stage
<b>UE 1 : Méthodologie des études marketing</b>	6 ECTS			80 h		150 h	
Analyse de données et logiciels de traitement statistique				30 h			
Méthodes quantitatives et qualitatives				20 h			
Etudes de marché				30 h			
Workshops et conférences thématiques							
<b>UE 2 : Outils professionnels (S3)</b>	3 ECTS			36 h		75 h	
Professional English (3)				20 h			
Project management				8 h			
Techniques de recherche d'emploi et de recrutement				8 h			
<b>UE 3 : Marketing des articles de sport</b>	9 ECTS	48 h		12 h		225 h	
Marketing of sporting goods (2)		20 h					
Marketing of sports distributors		20 h					
Strategic marketing		8 h					
Web marketing and e-commerce				12 h			
<b>UE 4 : Marketing des services sportifs et de l'innovation</b>	6 ECTS	20 h		12 h		150 h	
Marketing des services sportifs		20 h					
Marketing of sport innovation				12 h			
<b>UE 5 : Communication et sponsoring sportif</b>	6 ECTS	20 h		20 h		150 h	
Digital communication				20 h			
Sponsoring sportif		20 h					

### Semestre 4 - MS

	ECTS	CM	CI	TD	TP	TE	Stage
<b>UE1 : Stage de fin d'études</b>	15 ECTS					375 h	24 sem
Stage (entre 16 et 24 semaines)						375 h	
<b>UE 2 : Mémoire</b>	15 ECTS					375 h	
Mémoire professionnel ou de recherche en marketing du sport						375 h	24 sem