

LICENCE STAPS - MENTION MANAGEMENT DU SPORT

Semestre 4 MAN

UED - PARCOURS MAN

Approfondir les notions de bases en management du sport

Présentation

Approfondir les notions de base en management du sport s'intéresse au fonctionnement des organisations. Les notions étudiées vont permettre d'avoir une approche plus élargie de la mercatique, des ressources humaines, de la comptabilité & gestion, de l'événementiel sportif et des systèmes d'information.

3 crédits ECTS

Volume horaire

Cours Magistral : 12h

Travaux Dirigés : 18h

Objectifs

Les notions abordées en bases en management ont pour objectif de donner les capacités à comprendre le fonctionnement des organisations. Les compétences et les connaissances vues en CM et TD cherchent à donner les clés de compréhension des pratiques du management et de la gestion et développer un sens critique pour saisir les enjeux sociétaux des organisations.

La boîte à outils de bases en management:

- > Maîtriser le vocabulaire et les concepts clés.
- > Diagnostiquer et définir des stratégies
- > Recourir aux solutions numériques
- > Évaluer à travers des outils

Pré-requis nécessaires

Avoir suivi les cours du S3 "Aborder les notions de bases en management du sport "

Compétences visées

Coordination d'une structure d'activité physique ou sportive et accompagnement de sa stratégie de développement:

- > Accompagner la stratégie de développement et la décliner en plans d'action opérationnels.
- > Promouvoir l'identité de la structure sportive dans son environnement.
- > Mettre en œuvre le projet de la structure en mobilisant les outils dédiés (marketing, RH, droit, comptabilité...).
- > Évaluer l'efficacité des plans d'action et les ajuster au regard des pratiques émergentes, des innovations et de la dynamique du marché

Descriptif

- > Bases en compta-gestion
- > Management d'équipe
- > Approches marketing

2 grands thèmes:

- > La définition de l'offre : couple produit-marché, offre de biens et services, politique de la marque, expérience de consommation, politique de prix
- > La communication de l'offre : actions de communication, construction de messages publicitaires, politiques de fidélisation, communication numérique.

Développer une boîte à outils qui va permettre de :

- > Maîtriser des concepts et du vocabulaire spécifique au marketing
- > Analyser les « stratégies » et les méthodes mises en œuvre et des solutions proposées
- > Recourir à des solutions numériques
- > Mettre en œuvre une démarche de projet qui permettra de développer les capacités d'organisation, d'initiative et d'autonomie et de créativité.

- > Porter un regard critique sur ces stratégies mises en œuvre, en prenant en compte les stratégies poursuivies par l'organisation, mais aussi l'intérêt du consommateur –citoyen et de la société dans son ensemble.
- > Sponsoring/Mécénat

Donner les clefs de la mise en œuvre d'une stratégie de partenariat sportif cohérente avec les enjeux des organisations par:

- > une présentation du secteur, de son contexte, de ses tendances
- > la définition des étapes indispensables à la mise en œuvre d'une démarche de sponsoring ou de mécénat.

5 thématiques:

- > Ecosystème du sport et présentation du marché
- > Les tendances du sponsoring sportif
- > Mettre en œuvre une stratégie de partenariat sportif
- > La mesure d'efficacité des stratégies de partenariat sportif
- > Enjeux du sponsoring responsable
- > Approches de l'événementiel sportif
- > Systèmes d'information (traitement de l'information et mise en œuvre /bases de données / réseaux sociaux....)

Aborder 4 grandes problématiques autour des systèmes d'information:

- > Quelles sont les caractéristiques d'un système d'information
- > Comment le système d'information peut-il aider le décideur
- > Quels avantages un système d'information de qualité procure-t-il à une organisation
- > les tableaux de bords un outil d'aide à la décision