

LICENCE STAPS - MENTION MANAGEMENT DU SPORT

Semestre 4 MAN

UED - Parcours MAN

6 crédits ECTS

Volume horaire

Cours Magistral : 12h

Travaux Dirigés : 30h

Travaux Pratiques : 12h

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

S'approprier des outils pour conduire un projet sport et développement durable

Présentation

Ce cours vise à la mise en application de la méthodologie et des outils de la conduite de projet. Il s'articule autour de la réalisation d'un projet mené en groupe. Les impératifs du développement durable devront accompagner la conduite du projet.

Objectifs

Mettre en application les connaissances et méthodologies acquises au semestre 3 par la conduite d'un projet à réaliser en groupe. Intégrer les enjeux du développement durable dans la conduite du projet.

Pré-requis nécessaires

Les étudiants devront avoir acquis la méthodologie de base en conduite de projet.

Compétences visées

- > Élaborer et conduire de projet (organisation, planification, suivi et régulation)
- > Adopter et développer une posture professionnelle
- > Intégrer les logiques et les enjeux du développement durable
- > Analyser le déroulement du projet et réaliser un bilan

Descriptif

Dans ce cours de 8 séances de TD/TP, les étudiants devront conduire le projet préalablement défini au semestre 3. Il se divisera en deux parties :

- > Une première partie (6 séances) sera consacrée à la conduite et au management du projet conçu par les étudiants. Les cours devront permettre aux étudiants de valider les étapes de leur projet auprès de leur enseignant qui agira plus comme un tuteur. La redéfinition éventuelle du projet et la prise en compte des logiques du Développement Durable seront tout particulièrement questionnées lors de cette partie.
- > La deuxième et dernière partie (2 séances) sera consacrée à la conception et à la présentation du bilan du projet.

Bibliographie

Boutinet, Jean-Pierre. *Anthropologie du projet*, Paris, Presses universitaires de France, 2018.

Garel, Gilles. « Qu'est-ce que le management de projet ? », *Informations sociales*, vol. 167, no. 5, 2011, pp. 72-80.

GENDRON, Corinne et REVÉRET, Jean-Pierre. Le développement durable. *Économies et sociétés*, 2000, vol. 37, no 91, p. 111-124.

3 crédits ECTS

Volume horaire

Travaux Dirigés : 12h

Travaux Pratiques : 12h