



SCIENCES ET TECHNIQUES DES ACTIVITÉS PHYSIQUES ET SPORTIVES (STAPS)

Master STAPS : management du sport



Composante
UFR Sciences
et Techniques
des Activités
Physiques et
Sportives



Langue(s)
d'enseignement
Français

Parcours proposés

- Consommation et commercialisation des marques de sport et de destination
- Active recreation and leisure studies - Non ouvert 2024-2025

Présentation

Le master STAPS Management du Sport (MS) permet de former les étudiants à une expertise dans le domaine de la gestion et de l'organisation de structures, de projets et d'événements des marchés sportifs et touristiques. Il s'agit ainsi de développer leurs compétences scientifiques et opérationnelles en réponse à des problématiques issues des organisations publiques et privées de ces marchés. Le parcours « Consommation et Commercialisation des Marques de Sport et de Destinations » (CCMS&D) de ce master donne une large place aux sciences de gestion (marketing, communication, comptabilité, gestion financière, management des ressources humaines, droit, économie, anglais, etc.) et aux sciences humaines et sociales appliquées au sport, au tourisme et aux loisirs actifs. Ce master est adossé prioritairement au laboratoire CREGO de l'Université de Bourgogne.

Formation avec accès santé : Non

Objectifs

Le parcours CCMS&D du Master Management du sport a pour objectif de former des cadres de niveau 1 capables de concevoir, développer, gérer, analyser et évaluer les processus à l'œuvre dans l'offre et la demande de sport, de loisirs et de tourisme dans une organisation (privée ou publique) ou dans un territoire (destination) donnés au niveau régional, interrégional, national et international. L'étudiant doit maîtriser les modalités de création de produits et de marques (fabricants ou distributeurs d'articles de sport, destinations, tourisme et loisirs actifs...), et les modalités de mise en place de projets sportifs ou de loisirs actifs à visée de détente, de divertissement et d'épanouissement personnel, dans différents contextes et avec des publics spécifiques. L'élaboration de ces projets s'intègre dans des problématiques de développement à la fois scientifique, durable et responsable, notamment dans une optique économique, sociale et/ou environnementale. L'étudiant participe à la création et/ou la valorisation de biens et services sportifs, au marketing stratégique et opérationnel, à la communication traditionnelle et digitale, à la distribution et à la commercialisation, dans une perspective de compétitivité européenne et internationale. Ce master est donc au centre de la production et de la transmission de savoirs, savoir-faire et savoir-être dans le domaine du sport, du loisir actif, du tourisme d'un point de vue pluridisciplinaire et dans une perspective de développement commercial et territorial durable.



Le stage de 300 heures minimum en M1 et de 560h minimum en M2 ou l'alternance, le projet tutoré « Team Consulting » de 150 heures qui est une expérience de consulting en relation avec une structure privée ou publique, ainsi que le renforcement de l'anglais dans la formation (un enseignement en anglais qui aide à la préparation du TOEIC, des conférences ou interventions en anglais, des soutenance de mémoire et de projet tutoré en anglais, ainsi qu'un dossier à réaliser en anglais) consolideront la capacité de l'étudiant à saisir les enjeux culturels, politiques, économiques environnementaux, et sociaux dans l'offre de produits dans différents marchés (locaux, nationaux, internationaux) selon les types de structures employeuses.

Le parcours CCMS&D est ouvert à la formation initiale, mais aussi à la formation continue et en alternance aussi bien en contrat de professionnalisation que par apprentissage, ce qui permet d'améliorer l'insertion et les contenus de formation au regard des spécificités des débouchés et des structures professionnelles.

Compétences acquises

Master 1

Les compétences acquises au cours de la formation de ce Master 1 Management du Sport s'articulent autour de 4 blocs rassemblant les 9 activités visées par la Fiche RNCP 32170. Chaque bloc permettra à l'étudiant d'acquérir des compétences spécifiques au parcours CCMS&D de ce Master.

BLOC 1 - Analyser et diagnostiquer les différentes consommations et commercialisations des secteurs du sport, des loisirs actifs et du tourisme

Analyser et diagnostiquer les différents publics pour répondre à un appel d'offre d'une structure privée ou publique Niveau 1

Analyser d'un point de vue scientifique Niveau 1

BLOC 2 - Mobiliser et combiner des savoirs et des outils hautement spécialisés pour gérer des organisations dans les secteurs du sport, des loisirs actifs et du tourisme

Développer des stratégies d'adaptation et d'évolution des organisations

Evaluer, analyser et projeter les besoins en ressources humaines d'une organisation

Participer à la gestion financière d'une organisation

Gérer une organisation en respectant les règles juridiques

BLOC 3 - Mobiliser et combiner des savoirs et des outils hautement spécialisés en marketing et communication pour concevoir des projets dans les secteurs du sport, des loisirs actifs et du tourisme

Mettre en place une stratégie communication adaptée à la clientèle et aux structures

Mettre en place une approche marketing adaptée aux comportements des consommateurs

Identifier et segmenter la clientèle dans les secteurs du sport, des loisirs actifs et du tourisme

BLOC 4 - Agir en responsabilité au sein d'un contexte professionnel en Management du Sport

Identifier et problématiser scientifiquement le fonctionnement de l'organisation pour apporter des solutions de développement Niveau 1

Enrichir et valoriser ses compétences professionnelles Niveau 1

Agir en responsabilité dans la gestion et le développement de l'organisation Niveau 1

Master 2



Les compétences acquises au cours de la formation de ce Master 2 Management du Sport s'articulent autour de 4 blocs rassemblant les 9 activités visées par la Fiche RNCP 32170. Chaque bloc permettra à l'étudiant d'acquérir des compétences spécifiques au Management du Sport.

BLOC 1 - Analyser et diagnostiquer les différentes consommations et commercialisations des secteurs du sport, des loisirs actifs et du tourisme

- * Analyser et diagnostiquer les différents publics pour répondre à un appel d'offre d'une structure privée ou publique Niveau 2
- * Analyser d'un point de vue scientifique Niveau 2

BLOC 2 - Mobiliser et combiner des savoirs et des outils hautement spécialisés pour analyser et gérer la relation clientèle

- * Optimiser le parcours client par une démarche de design thinking et merchandising
- * Concevoir une expérience client par une maîtrise de ses éléments constitutifs
- * Identifier et segmenter la clientèle dans une démarche culturelle et générationnelle

BLOC 3 - Mobiliser et combiner des savoirs et des outils hautement spécialisés pour maîtriser une stratégie de branding management

- * Créer une marque par une démarche de storytelling et d'innovation
- * Réaliser un audit de marque
- * Valoriser la communication de la marque par les événements et le sponsoring

BLOC 4 - Agir en responsabilité au sein d'un contexte professionnel en MS

- * Identifier et problématiser scientifiquement le fonctionnement de l'organisation pour apporter des solutions de développement Niveau 2

- * Agir en responsabilité dans la gestion et le développement de l'organisation Niveau 2
- * Enrichir et valoriser ses compétences professionnelles Niveau 2

Organisation

Ouvert en alternance

Type de contrat : Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation.

Stages

Stage : Obligatoire

Durée du stage : 300h en M1 minimum ; 560h en M2 minimum

Admission

Conditions d'accès

Master 1

Seules les demandes d'inscription via la plateforme Mon Master et les dossiers internationaux via Campus France sont pris en compte pour le Master 1 Management du Sport (parcours CCMS&D).

Sur sélection :

Il faut avoir minimum une Licence (ou équivalent) prioritairement dans le domaine du Management du sport, du tourisme ou des loisirs.

Les critères de sélection sont la moyenne universitaire obtenue en Licence, les notes obtenues dans les matières



théoriques en Management en L3, le niveau d'anglais certifié (si possible avec un score TOEIC, TOEFL ou CLES), le projet professionnel après formation, l'alternance ou le stage déjà trouvé avant l'entrée en Master.

Master 2

De plein droit :

Les titulaires d'un Master 1 Management du sport parcours CCMS&D issus de la Faculté des Sciences du Sport de Dijon.

Sur sélection :

Possibilité d'accueillir des étudiants étrangers (Campus France) ou venant d'autres Master 1 ou Master 2 (ecandidat) selon les places disponibles par rapport à la capacité d'accueil.

Il faut au minimum être titulaire d'un Master 1 acquis dans un autre parcours de Master 1 Management du sport ou d'une autre filière (Sciences de Gestion & Management, Info-Com, STAPS...). Ce sera aussi le cas pour toute demande d'inscription au titre d'une validation d'acquis professionnels ainsi que d'acquis d'études supérieures.

Modalités de candidatures

Pour le Master 1

L'accès à la formation en Master Management du Sport est limité par la capacité d'accueil à 30 étudiants (hors redoublement) ayant obtenu une Licence au minimum dont 3 peuvent être des professionnels ou des étudiants internationaux. La candidature s'effectue via la plateforme monmaster.gouv.fr en formation initiale, en apprentissage ou en contrat de professionnalisation, ou via CampusFrance pour les étudiants internationaux.

Pour le Master 2

L'accès à la formation est automatique pour les étudiants ayant validés la 1ère année de master Management du

Sport à l'UFRSTAPS de Dijon. Possibilité d'accueillir des étudiants étrangers (Campus France), en formation continue ou venant d'autres Master 1 ou Master 2 via la plateforme ecandidat selon les places disponibles par rapport à la capacité d'accueil de 30 étudiants.

Critères généraux d'examen des vœux / candidatures

L'admission en Master 1 Management du Sport

Les critères de sélection des candidatures en Master 1 Management du Sport (parcours CCMS&D) sont la moyenne universitaire obtenue en Licence, les notes obtenues dans les matières en Management en L3, le niveau d'anglais certifié (si possible avec un score TOEIC, TOEFL ou CLES), le projet professionnel après formation, l'alternance ou le stage déjà trouvé avant l'entrée en Master 1.

L'admission en Master 2 Management du Sport

Validation de la 1ère année de Master Management du Sport de l'Université de Bourgogne.

Pour les autres étudiants, les critères de sélection sont les mêmes que pour le M1 MS.

Les critères de sélection sont la moyenne universitaire obtenue en M1, les notes obtenues dans les matières en Management en M1 (ou en M1 et M2 pour un M2), le niveau d'anglais certifié (si possible avec un score TOEIC, TOEFL ou CLES), le projet professionnel après formation, l'alternance ou le stage déjà trouvé avant l'entrée en Master 2. Le cas échéant le candidat peut être convoqué à un entretien.

Pour masters, mentions de licence prioritaire

Il faut avoir minimum une Licence (ou équivalent) prioritairement dans le domaine du Management du sport, du tourisme ou des loisirs.



Et après

Poursuite d'études

Les étudiants suivent, pendant le cursus de Master 1 et 2 Management du Sport, une orientation de recherche spécifique (surtout pour la réalisation de leur mémoire) appliquée au parcours CCMS&D leur permettant une poursuite en doctorat STAPS ou en Sciences de Gestion (notamment du type Jeunes Chercheurs Entrepreneurs ou CIFRE).

Débouchés professionnels

Les débouchés professionnels principaux du parcours CCMS&D du Master Management du Sport sont les suivants :

M1705 – Responsable marketing - Communication

D1301 – Responsable de surface de vente spécialisée –
Directeur de magasin de détail

D1509 – D1504 – Responsable de rayons, responsable
d'univers – Direction de magasin grande distribution

M1707 – D1406 Directeur commercial – Management de la
force de vente

M1101 – M1102 Acheteur – Directeur des achats

M1703 – Chef de produit

D93 – Responsable de structures indoor ou outdoor
d'activités récréatives et de loisirs (code APE 9329Z)

Infos pratiques

Laboratoire(s) partenaire(s)

CREGO

<https://crego.u-bourgogne.fr/>

Campus

 Campus de Dijon



Programme

Organisation

Pour assurer l'acquisition des compétences du parcours CCMS&D du Master Management du Sport à l'Université de Bourgogne, les enseignements s'organisent en CM, TD et TP, très majoritairement en présentiel avec quelques suivis ou soutenances en distanciel.

Le Master Management du Sport est ouvert en formation initiale, en alternance (contrat de professionnalisation ou d'apprentissage) et en formation continue. Le Master 1 peut s'effectuer en alternance selon le calendrier du SEFCA : les 5 premières semaines de cours depuis début septembre sont consacrées au Team consulting. Ensuite, pour le Master 1, le rythme d'alternance jusqu'au mois de février est de 1 semaine de cours à l'UFR STAPS et 1 semaine en structure (entreprise, collectivité locale, association...), avec les vacances scolaires en structure. Pour le Master 2, le rythme d'alternance jusqu'au mois de février est de 2 jours à l'UFR STAPS et 3 jours en structure (entreprise, collectivité locale, association...), avec les vacances scolaires en structure.

Enfin, lors de la dernière période allant de mi-février jusqu'à la fin du mois d'août, les étudiants sont totalement en structure hormis 3 ou 4 jours de regroupement en distanciel.

Consommation et commercialisation des marques de sport et de destination

Master 1

Semestre 1

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Analyser et diagnostiquer les différentes consommations et commercialisations des secteurs du sport, des loisirs actifs et du tourisme	Bloc de compétences						16
Analyser et diagnostiquer les différents publics pour répondre à un appel d'offre d'une structure publique ou privée Niveau 1	Matière				48h		10
Analyser d'un point de vue scientifique Niveau 1	Matière		12h	12h			6
Mobiliser et combiner des savoirs et des outils hautement spécialisés pour gérer des organisations dans les secteurs du sport, des loisirs actifs et du tourisme	Bloc de compétences						16
Développer des stratégies d'adaptation et d'évolution des organisations	Matière		24h	24h			4
Evaluer et analyser les ressources humaines d'une organisation	Matière		12h	12h			4
Participer à la gestion financière d'une organisation	Matière		12h	18h			4
Gérer une organisation en respectant les règles juridiques	Matière		12h	6h			4



Mobiliser et combiner des savoirs et des outils hautement spécialisés en marketing et communication pour concevoir des projets dans les secteurs du sport, des loisirs actifs et du tourisme	Bloc de compétences							12
Mettre en place une stratégie communication adaptée à la clientèle et aux structures	Matière	18h	18h					4
Mettre en place une approche marketing adaptée aux comportements des consommateurs	Matière	12h	12h					4
Identifier et segmenter la clientèle dans les secteurs du sport, des loisirs actifs et du tourisme Niveau 1	Matière	21h	18h					4

Semestre 2

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Agir en responsabilité au sein d'un contexte professionnel en MS	Bloc de compétences						16
Identifier et problématiser scientifiquement le fonctionnement de l'organisation pour apporter des solutions de développement Niveau 1	Matière		12h	12h			10
Enrichir et valoriser ses compétences professionnelles Niveau 1	Matière		3h	42h			3
Agir en responsabilité dans la gestion et le développement de l'organisation Niveau 1	Matière			18h			3

Master 2

Semestre 3

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Analyser et diagnostiquer les différentes consommations et commercialisations des secteurs du sport, des loisirs actifs et du tourisme	Bloc de compétences						16
Analyser et diagnostiquer les différents publics pour répondre à un appel d'offre d'une structure privée ou publique Niveau 2	Matière		3h		48h		10
Analyser d'un point de vue scientifique Niveau 2	Matière			30h			6
Mobiliser et combiner des savoirs et des outils hautement spécialisés pour analyser et gérer la relation clientèle	Bloc de compétences						12
Optimiser le parcours client par une démarche de design thinking et merchandising	Matière		30h	9h			4
Concevoir une expérience client par une maîtrise de ses éléments constitutifs	Matière		6h	24h			4
Identifier et segmenter la clientèle dans une démarche culturelle et générationnelle	Matière		24h	6h			4
Mobiliser et combiner des savoirs et des outils hautement spécialisés pour maîtriser une stratégie de branding management	Bloc de compétences						12
Créer une marque par une démarche de storytelling et d'innovation	Matière		18h	5h			6



Réaliser un audit de marque	Matière	9h	3h				2
Valoriser la communication de la marque par les événements et le sponsoring	Matière	24h	6h	3h			4

Semestre 4

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Agir en responsabilité au sein d'un contexte professionnel en MS	Bloc de compétences						20
Identifier et problématiser scientifiquement le fonctionnement de l'organisation pour apporter des solutions de développement Niveau 2	Matière			30h			12
Agir en responsabilité dans la gestion et le développement de l'organisation Niveau 2	Matière			11h			4
Enrichir et valoriser ses compétences professionnelles Niveau 2	Matière		30h	27h			4

Active recreation and leisure studies - Non ouvert 2024-2025

Master 2