



Parcours Consommation et commercialisation des marques de sport et de destination

Master STAPS : management du sport



Composante
UFR Sciences
et Techniques
des Activités
Physiques et
Sportives

Présentation



Programme

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