

MASTER

MARKETING DU SPORT ET DES LOISIRS

40 % des étudiants diplômés en 2014 ont trouvé un emploi à la suite de leur stage*.

PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES

Le Master forme les futurs cadres et responsables des agences d'événementiels et de marketing spécialisées dans le sport, le loisir et le tourisme.

Les **principaux métiers** exercés sont les suivants : directeur de services marketing, chef de projet, community manager, chargé de mission, responsable sponsoring, merchandising ou communication dans des entreprises de sport, de loisir et de tourisme, des associations, institutions ou des fédérations...

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Le Master Marketing du sport et des loisirs, permet, après l'obtention d'un Master 1 Marketing, Vente, une spécialisation marketing et webmarketing dans les secteurs du sport, des loisirs et du tourisme.

Cette formation a plusieurs **avantages** :

- > Un **corps professoral mixte** composé d'universitaires et de professionnels,
- > Des échanges constants avec les **milieux professionnels**,
- > Une **formation sélective** limitée à 20 étudiants par promotion,
- > Des **projets professionnels** (étude de marché & de marketing, organisation d'événement, élaboration d'une stratégie marketing et/ou communication...),
- > Un **stage de 4 à 6 mois**.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

L'objectif est de **former des spécialistes du marketing en sport, en loisir et en tourisme**. Tout est mis en œuvre pour les préparer à une intégration rapide dans le monde professionnel.

Après l'acquisition de connaissances fondamentales en marketing, des cours sont consacrés à la spécificité des secteurs sport, loisir et tourisme avec des focus sur l'innovation et développement de nouveaux produits, de services & marques, la communication des clubs

professionnels, l'événementiel, la communication et les partenariats avec les réseaux professionnels. Ils sont complétés par des enseignements permettant une maîtrise des techniques, outils & des méthodologies utilisés par les professionnels du secteur et par l'acquisition d'une véritable expérience professionnelle (projet professionnel et stage).

CONDITIONS D'ACCÈS

Master 1 Marketing, Vente :

La 1^{ère} année de Master est accessible aux titulaires :

- > D'une licence dans le domaine Droit, Economie, Gestion,
- > D'un diplôme équivalent dont le parcours démontre une sensibilité aux problématiques des secteurs de spécialisation du Master 2 et un intérêt particulier pour les secteurs du sport et des loisirs.

Master 2 Marketing du sport et des loisirs :

La 2^{ème} année est accessible :

- > Aux titulaires du Master 1 Marketing, Vente,
- > Aux personnes ayant validé 60 crédits ECTS dans un domaine de formation jugé équivalent (1^{ère} année de Master),
- > Aux professionnels justifiant d'une expérience dans le domaine (VAE, VAP).

Les candidats sont sélectionnés à partir d'un dossier et après un entretien d'un jury composé d'universitaires et de professionnels. Un bon niveau d'anglais est souhaité.

La deuxième année de Master peut être suivie en alternance.



* Enquête interne réalisée en 2014

MONTPELLIER
MANAGEMENT
UNIVERSITY

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Master 1 Marketing, Vente

225 heures d'enseignement obligatoire au semestre 1 ; 171 heures d'enseignement obligatoire et un stage professionnel au semestre 2.

Quelques enseignements de gestion ayant pour objectif de consolider les acquisitions antérieures : GRH, management stratégique, gestion comptable et financière pour les marketers...

Un grand nombre d'enseignements spécifiques en marketing : comportement du consommateur, marketing des services, marketing digital, gestion de la relation client, distribution et merchandising, vente et négociation commerciale...

Des enseignements sectoriels : économie des marchés des vins, communication, introduction au marketing du sport et des loisirs, stratégies de développement territorial, marketing du tourisme...
Un stage de 2 mois à 6 mois.

Master 2 Marketing du sport et des loisirs**SEMESTRE 1 - (160 heures d'enseignement)**

Des enseignements d'approfondissement en marketing : gestion de la marque, nouvelles tendances en marketing, études qualitatives et utilisation des outils collaboratifs.

Des enseignements professionnalisés et de spécialité : méthodologie de projet professionnel, the agents market on the professional sport and the sport market abroad (en anglais).

SEMESTRE 2 - (140 heures d'enseignement et un stage professionnel)

Des enseignements portant sur le marketing du sport et des loisirs : produits & services liés au sport/loisir/tourisme, créativité & développement et innovation, stratégies marketing et digitale pour les produits et services en sport, loisir et tourisme, gestion & optimisation de sa e-réputation, community

management et création d'une agence de communication spécialisée.

Une spécialisation sur les nouveaux médias : stratégie de communication digitale, média sociaux & gestion de projets digitaux : infographie et techniques de production.

Une intégration dans la vie professionnelle : ingénierie de projet professionnel, stage (de 4 à 6 mois).

QUELQUES PARTENAIRES

- > Sud de France Développement
- > Hurricane (FISE)
- > Eyes Up
- > Zeeko-kites
- > Urban bike
- > LR set
- > Agence Preserve Pro (agence pour sportifs)
- > Fisheye Communication
- > Web2 Conseil et Formation
- > Ligues sportives
- > BDC Consulting



Pour l'année universitaire 2015/2016, cette formation est délivrée par l'UFR AES



CONTACTS

RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE :

Arnaud MAES - arnaud.maes@univ-montp1.fr

GESTIONNAIRE DE DIPLÔME :

Monique Gorinas : 04 34 43 23 38
monique.gorinas@univ-montp1.fr

CONTACT FORMATION CONTINUE :

Im Seon Lee : 04 34 43 21 74
im-seon.lee@univ-montp1.fr



L'ISEM et l'AES s'unissent pour réinventer le management

UFR Administration Economique & Sociale
Montpellier Management Université
Site Richter - Avenue Raymond DUGRAND
CS 59640
34960 MONTPELLIER Cedex 2

MONTPELLIER-MANAGEMENT-UNIVERSITY.FR

ANNÉE UNIVERSITAIRE 2015/2016