

PROFIL & COMPETENCES

MASTER EXECUTIVE EN MARKETING DU SPORT & NOUVELLES TECHNOLOGIES

QUEL EST LE PROFIL DE L'ÉTUDIANT DE MASTER MARKETING DU SPORT & NOUVELLES TECHNOLOGIES ?

L'étudiant du Master Executive en Marketing du Sport & Nouvelles Technologies suit un enseignement à temps partiel qui lui permet d'acquérir une compréhension globale des métiers du Sport et de ses enjeux.

Pendant toute sa formation l'étudiant suit un enseignement spécialisé dans le Marketing et la Communication Digitale dans le sport. Ce programme vise à transmettre les compétences et les savoir-faire indispensables à une compréhension en profondeur, technique et utile des enjeux d'avenir pour les marques.

Ils sont en stage ou en emploi du lundi au jeudi (à 80%) et chez CREA les vendredis et samedis durant les 18 mois de leur formation. La durée des stages est de 5 mois minimum, à discuter avec l'étudiant. Ils peuvent ainsi effectuer plusieurs expériences pendant leur formation. Les stages sont rémunérés.

Après 18 mois de formation, l'étudiant est apte à devenir un collaborateur autonome et à s'engager sur des problématiques de développement de marque, en assimilant l'intégralité des aspects d'un produit.

Exemple de métiers : Chef de produit, Chef de projet, Digital marketing manager, Responsable communication, RP, relations presse, Chargé de développement, Chargé de sponsoring, Directeur de clientèle en agences, Responsable commercial.

Ce Master en Marketing du Sport & Nouvelles Technologies a été conçu en collaboration avec Michel Desbordes, expert en marketing du sport, et avec des spécialistes du secteur. Il offre une pédagogie professionnalisante à travers un programme pluridisciplinaire intégrant le digital, de nombreux workshops et des cas « terrain », des visites d'entreprises, des conférences métiers et des voyages.

Les étudiants vont pouvoir réaliser les projets suivants au sein de votre entreprise/organisation :

MARKETING & COMMUNICATION

- Stratégie marketing
- Marketing opérationnel
- Stratégie de communication
- Consommateur (réseaux, multi-channel, parcours client...)
- Études marketing
- Brand management (CRM, brand content...)

DIGITAL CHANNELS

- Référencement SEO et SEA
- E-mailing et CRM
- Media planning
- Media sociaux et community management
- Applications mobiles
- Data et Analytics
- Écosystème digital de marque

ENVIRONNEMENT ECONOMIQUE DU SPORT

- Économie du sport
- Relations Sport et média
- Éthique dans le sport
- Organisation du sport system
- Sociologie du sport
- Droit du sport (droit à l'image, droit du web, droit des contrats...)

SPORTING GOODS INDUSTRY

- Le consommateur sportif
- Parcours client multicanal
- Wearables et objets connectés
- Innovation des produits sportifs et nouvelles technologies (3D)
- Stratégie marketing et commerciale des fabricants
- Stratégie marketing et commerciale des distributeurs

SPORT BUSINESS

- Sponsoring et stratégie de communication
- Business plan d'un événement sportif
- Conception et mise en place d'un événement sportif
- ESport et paris en ligne
- Enceintes sportives (stades 2.0, stades virtuels...)

SPORTS ORGANISATIONS

- Stratégie des clubs
- Stratégie des fédérations
- Management du tourisme sportif
- Best practices et digitalisation

REMUNERATION : stage rémunéré.