

MASTER EN MANAGEMENT DU SPORT

Diplôme équivalent au diplôme d'Etat.

Décret n°2.17.326 paru au Bulletin Officiel n°6587 du 17 juillet 2017

> OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le Master en Management du sport forme des cadres en management des activités et/ou des organisations sportives avec une solide culture du sport, une bonne connaissance des nouvelles technologies de l'information et ambitieux de s'investir professionnellement dans le sport.

Le programme vise à :

- **Former des responsables** immédiatement opérationnels dotés d'une expertise en management, marketing, communication et commercialisation du sport
- **Comprendre les enjeux stratégiques** du sport, l'organisation du secteur et la mondialisation du sport
- **Former des managers** du sport qui donneront aux sportifs et champions de haut niveau le cadre optimal à la réalisation de leurs performances.

> COMPETENCES DEVELOPPEES

- Capacité de montage de projets sportifs
- Maîtrise des règles du fonctionnement des organisations sportives
- Capacités à négocier
- Management des équipes
- Aptitudes à construire un réseau

> APPROCHE PEDAGOGIQUE

La formation est centrée sur un subtil dosage entre le conceptuel et la réalité évolutive du terrain.

Les participants sont particulièrement actifs et co-construisent les contenus des enseignements.

L'activité pédagogique est rythmée par des mises en situation, des ateliers pratiques et simulation par approche expérientielle.

C'est de l'apprentissage en :

- Etudes de cas et simulation ;
- Groupe de travail en interactions ;
- Projet dans chaque enseignement ;
- Retour et partage d'expériences ;
- Digital learning.

> CONDITIONS D'ACCES

Licence en Management de sport, Licence en Education Physique, ou BAC+3 en Economie / Commerce ou titre jugé équivalent par la commission pédagogique.

> MODE DE SELECTION

- Etude de dossier
- Entretien de motivation

> DUREE DE FORMATION

- 18 mois
- Cours du vendredi soir au dimanche

UNIVERSITÉ
PRIVÉE DE
MARRAKECH



الجامعة
الخاصة
لمراكش

UNIVERSITÉ RECONNUE PAR L'ÉTAT

جامعة معترف بها من طرف الدولة

> ARTICULATION DE LA FORMATION

MODULES	AXES DEVELOPPES
MANAGEMENT INTERCULTUREL	<ul style="list-style-type: none"> • Introduction au management interculturel • Le management des équipes interculturelles • La mobilité internationale et la gestion de l'expatriation
DROIT ET FISCALITE DU SPORT	<ul style="list-style-type: none"> • Droit du sport et des organisations sportives • Responsabilité civile délictuelle du sportif • Fiscalité appliquée au sport au Maroc
SPORT AUJOURD'HUI ET DEMAIN : LES ACTEURS	<ul style="list-style-type: none"> • Le « sportainment » • Les grandes tendances de l'industrie du sport aujourd'hui • Les « fan-acteurs », co-créateurs de leur expérience et ambassadeurs potentiels de l'organisation sportive
COMMUNICATION ET DEVELOPPEMENT PERSONNEL	<ul style="list-style-type: none"> • Les fondamentaux du projet professionnel • Auto-évaluation professionnelle • Inventaire de ses acquis et consolidation du projet
LE COMMERCE DU SPORT	<ul style="list-style-type: none"> • Marché du sport et ses intervenants • Ecosystèmes d'affaire du sport spectacle • Techniques de commercialisation du produit sportif
MARKETING STRATEGIQUE APPLIQUE AU SPORT	<ul style="list-style-type: none"> • Articuler le marketing mix à la stratégie marketing en sport • Les stratégies d'extensions de marque, de « co-branding » et de « life style branding » • La distinction entre les stratégies de « rétro-marketing » et de « storytelling »
SPORT INTERNATIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Les processus identitaires liés aux clubs professionnels et aux grandes épreuves sportives • Les aspects politiques du sport et leur impact sur les relations internationales • La politisation du mouvement olympique et la récupération politique des compétitions sportives
FINANCEMENT DU SPORT	<ul style="list-style-type: none"> • Le financement de projets • Finances, projets et développement territorial et activités sportives • Montage, suivi et gestion budgétaire d'un projet dans le secteur du sport
MARKETING APPLIQUE AU SPORT	<ul style="list-style-type: none"> • Stratégie e-marketing • Stratégie marketing sportif - jeux vidéo • Digitalisation du sport sponsoring
SPONSORING	<ul style="list-style-type: none"> • Principes de base du sponsoring du point de vue des sponsors et des bénéficiaires, • Dossier et contrat de sponsoring, • Processus pour la recherche de sponsors et leur accompagnement
PROJET TUTORES	<ul style="list-style-type: none"> • Répondre par groupe à une commande professionnelle portant sur le développement des loisirs sportifs de nature à restituer un document écrit de synthèse et le présenter au professionnel commanditaire
TRAJECTOIRE PROFESSIONNELLE	<ul style="list-style-type: none"> • Gérer un projet individuel : respecter un cahier des charges • Produire une communication efficace à l'écrit et à l'oral • Connaître et utiliser les outils du PEC • Connaître et utiliser des lieux et personnes-ressources
DROIT DES COMPETITIONS SPORTIVES ET DE SES ACTEURS	<ul style="list-style-type: none"> • Sources et objet des règles sportives • L'origine des règles : le mouvement sportif, une organisation pyramidale et unitaire • L'objet des règles : l'organisation des compétitions • Le caractère des règles sportives : un caractère impératif
ORGANISATION CONTRACTUELLE DU SPECTACLE SPORTIF	<ul style="list-style-type: none"> • Les agents des sportifs et des groupements sportifs • Les contrats d'agent sportif • Le contrat établi entre un agent et un club « vendeur » • Le contrat international
STRATEGIES DES ORGANISATIONS SPORTIVES	<ul style="list-style-type: none"> • Stratégie de Communications Marketing Intégrées (CMI) dans le monde du sport • Développement d'une proposition de valeur pour les partisans via les différentes stratégies de prix • Etude des arénas, des stades multifonctionnels et la « Vipization » du sport
CONSULTING EN SPORT	<ul style="list-style-type: none"> • Outils de diagnostic d'organisation appliqués en milieu sportif • Méthodologie d'intervention en sport • Etudes de cas des organisations sportives
ETUDES DE CAS EN MEDIAS ET SPORT	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en évidence l'influence du sport professionnel sur le modèle associatif du sport amateur • Modélisation de la communication des médias spécialisés en sport • Appréhender les principaux modèles d'analyse des structures sportives.
COMMUNICATION ET MEDIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Aspects pratiques : évaluer sa propre communication, la communication interpersonnelle (bases, applications et exercices) • Communication et risque • La communication de crise
MEMOIRE PROFESSIONNEL	<ul style="list-style-type: none"> • Travail d'investigation scientifique à visée pratique et basé sur l'observation du terrain • Soutenance du Mémoire

www.upm.ac.ma

UNIVERSITÉ PRIVÉE DE MARRAKECH

Km 13, Route d'Amizmiz 42312 Marrakech

Tél : 05 24 48 70 00 / 05

Email : admission@upm.ac.ma

UPM SÉNÉGAL

Point E, rue 7xb - Dakar

Tél. : +221 33 824 29 67 / +221 33 869 84 84

admission@upm.sn

Nos bureaux à travers le Maroc

CASABLANCA OFFICE

Marina de Casablanca,
Tour Crystal 1, Auditorium C31

Tél. 05 22 42 04 04 / 06

BENI MELLAL OFFICE

Av. Hassan II, Immeuble
Jaafar, Appt 12, 3ème étage

Tél. 05 23 48 44 78

EL JADIDA OFFICE

Av. Brahim Roudani,
Lot. Aladarissa n°11

Tél. 05 23 35 35 89

ESSAOUIRA OFFICE

7 Lotissement Tamarar, Immeuble
Galaxie, Appt 6, 2ème étage

Tél. 05 24 47 35 28

SAFI OFFICE

20 Av. de la Liberté, Lot.
Gomrizide, Appt 6, 2ème étage

Tél. 05 24 61 10 31