



En collaboration avec



MASTER

# MARKETING DU SPORT & NOUVELLES TECHNOLOGIES

# LE SPORT

EST DEvenu UNE ACTIVITÉ  
ÉCONOMIQUE PRIORITAIRE  
À L'ÉCHELLE MONDIALE

LES MARCHÉS DU SPORT, EXTRÊMEMENT DYNAMIQUES, DOIVENT AUJOURD'HUI S'ADAPTER À DES MUTATIONS PROFONDES ET RÉPONDRE À PLUSIEURS GRANDS ENJEUX : PROFESSIONNALISATION, MONDIALISATION ET DIGITALISATION.

Plus que jamais, il faut être capable d'innover dans un contexte de plus en plus concurrentiel. Les acteurs du sport sont ainsi en recherche d'experts capables de les aider à faire face à ces challenges, qui sont autant d'opportunités de carrière.

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 profite de la proximité physique d'acteurs majeurs du domaine du sport et de partenariats forts. Il offre une pédagogie professionnalisante à travers de nombreux workshops et des cas « terrain », des visites d'entreprises, des conférences métiers et des voyages.



## ANNE-CATHERINE DURROUX

Directrice  
Master Marketing du Sport & Nouvelles Technologies

« Unique sur le marché suisse, ce programme se base sur la philosophie *Learn from experience*. 50% de cours dispensés par des professionnels du marché du sport et 50% de pratique, ainsi qu'un focus sur la problématique digitale des marques de sport, incluant le développement d'objets connectés. »



## MICHEL DESBORDES

Directeur Académique  
Pôle Management du Sport – Groupe INSEEC

Michel Desbordes, professeur de marketing du sport à l'Université Paris-Saclay et responsable du développement du pôle de marketing sportif dans le Groupe INSEEC. Auteur de 25 livres de référence, il est l'éditeur de l'*International Journal of Sport Marketing and Sponsorship* depuis 2009. Très impliqué à l'international, il est professeur associé à l'Université d'Ottawa (Canada) et à la Shanghai University of Sport (Chine).

« Avec 20 ans d'expérience en marketing du sport, je suis fier d'apporter mon expertise au Groupe INSEEC pour le lancement et le management de ce programme qui deviendra rapidement un diplôme de référence en Europe. »

18 MOIS DE FORMATION  
EN COURS D'EMPLOI

1 VOYAGE  
DÉCOUVERTE

6 MODULES  
D'ENSEIGNEMENT

## JOB OPPORTUNITIES

### RECRUTEURS

Organisateurs d'événements sportifs  
Clubs sportifs professionnels  
Agences de communication, de conseil, de relations presse, etc.  
Exploitants de stades et d'arenas  
Fédérations sportives nationales et les ligues

Sponsors du spectacle sportif  
Équipementiers sportifs  
Distributeurs d'articles de sport  
Médias spécialisés dans le sport

### MÉTIERSTYPES

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

# MODULES AU PROGRAMME\*

120  
CREDITS  
ECTS

## 1 | MARKETING & COMMUNICATION

Afin de mieux comprendre les spécificités du marketing du sport, il est important de rappeler et d'approfondir les bases générales du marketing et de la communication, d'un point de vue stratégique et opérationnel, et d'intégrer, en les comprenant, les nouveaux comportements des clients. Les concepts clé, outils et méthodes seront revisités et mis en pratique à travers des cas réels.

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

## 3 | ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE DU SPORT

La vision globale de l'industrie du sport, sa complexité et ses enjeux sont des éléments essentiels pour mieux comprendre comment les différents acteurs interagissent entre les secteurs marchands (équipementiers, organisateurs d'événements...) et non marchands (fédérations, clubs...).

- 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...)

## 5 | SPORT BUSINESS

Les marques s'appuient de plus en plus souvent sur l'événement sportif ou sur le sponsoring dans la gestion de leur image. En parallèle, les nouvelles technologies révolutionnent les enceintes sportives pour les transformer en véritables lieux de vie 2.0 et l'actualité du sport business voit exploser le phénomène du eSport.

- 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...)

## WORKSHOPS & DÉCOUVERTES

- Des études de cas réels et des workshops « transversaux » coachés par des professionnels permettent d'appliquer la matière enseignée
- Des visites de manifestations (ISPO Munich), d'institutions (Musée Olympique) et d'entreprises
- Des conférences métier illustrant les « best practices » du secteur du sport

## 2 | DIGITAL CHANNELS

La révolution mobile est en marche et l'hyper connexion offre à l'industrie du sport des opportunités formidables d'innover en réinventant les relations avec le fan 2.0 et en lui apportant une expérience fortement enrichie. La maîtrise de tous les canaux et plateformes digitaux est clé, et seule la compréhension fine de tous les mécanismes permettra l'élaboration de stratégies digitales efficaces.

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

## 4 | SPORTING GOODS INDUSTRY

Les marques internationales doivent s'adapter aux exigences croissantes d'un consommateur sportif en attente forte de produits innovants. Les nouvelles technologies et la tendance lourde du « quantified self » impactent cette industrie en profondeur et ouvrent des horizons captivants. Ce module donne les clés pour réussir et devenir un acteur performant de cette industrie.

- 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

## 6 | SPORTS ORGANISATIONS

Savoir adapter les stratégies marketing de la gouvernance du sport à un contexte international qui se professionnalise et qui doit exploiter les opportunités du digital.

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

# ADMISSION & CONDITIONS

## MASTER EN MARKETING DU SPORT & NOUVELLES TECHNOLOGIES – 120 CRÉDITS ECTS

**ENSEIGNEMENT :** Formation en cours d'emploi

**DURÉE DU CURSUS :** 18 mois

**PROGRAMME :** Cours, workshops, e-learning / webcast et voyages

Travail de Master

Environ 900 heures

Activité professionnelle constante ou stage de 5 mois\*

**HORAIRES :** Vendredi 9h - 12h / 13h - 18h

Samedi 9h - 12h / 13h - 16h

Toutes les 2 semaines + 4 semaines complètes de cours

**LIEU DES COURS :** CREA Genève

**ÉCOLAGE :** CHF 23'000.- (y.c. 1 voyage en Europe)

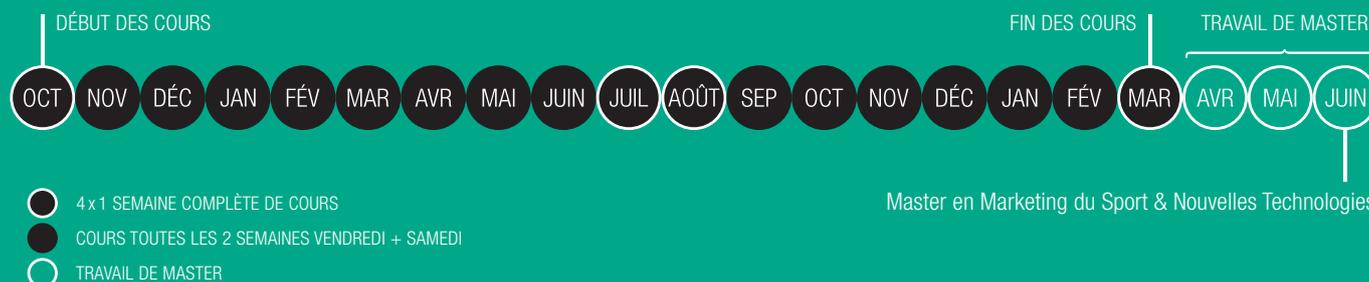
+ Voyages en options payantes (ex.: San Francisco, Shanghai)\*\*

### CONDITIONS D'ADMISSION :

- Bachelor
- Brevet fédéral dans les domaines du marketing, de la communication ou des relations publiques
- CFC (Certificat fédéral de capacité) dans les métiers du marketing, de la communication (expérience professionnelle demandée)
- Autre diplôme équivalent

### REMARQUES :

- L'école se réserve le droit d'accepter ou de refuser un candidat sans justifications obligatoires
- Le cours est organisé à partir de 15 candidats
- Le programme et les conditions sont sous réserve de modifications



\* Le stage en entreprise de 5 mois ou l'activité professionnelle doivent être validés par l'école et réalisés durant la période de formation.

\*\* L'école propose des voyages en marge du programme, à la charge de l'étudiant/e, sous réserve d'un nombre suffisant de participants.

## UNE OUVERTURE SUR LE MONDE

L'ÉCOLE CREA BÉNÉFICIE DE RECONNAISSANCES INTERNATIONALES AUPRÈS DE DIVERS ORGANISMES ET INSTITUTIONS QUI FACILITENT LES ÉCHANGES INTER-ÉCOLES (UNIVERSITÉ D'ÉTÉ, STAGES À L'ÉTRANGER, ÉCHANGES PÉDAGOGIQUES)



Eduqua, Certificat suisse de qualité pour les institutions de formation continue Suisse



Inspiring Excellence in Communications Worldwide

International Advertising Association New York



European Institute for Commercial Communications Education Brussels



Association Genevoise des écoles privées Genève



FÉDÉRATION SUISSE DES ÉCOLES PRIVÉES

Fédération Suisse des écoles privées Suisse



Registre des écoles privées Suisse



CREA a officiellement rejoint le Groupe INSEEC en septembre 2014. Avec plus de 22'000 étudiants et 40'000 anciens élèves, le Groupe INSEEC confirme sa place parmi les tout premiers groupes d'Enseignement Supérieur Français.

Implanté en France (Paris, Lyon, Bordeaux et Chambéry) et à l'étranger (Monaco, Londres, San Francisco, Shanghai et maintenant Genève), le Groupe allie toutes les possibilités offertes par de grandes métropoles au dynamisme d'un environnement convivial. Fort d'un réseau de 180

universités partenaires prestigieuses, le Groupe INSEEC offre à ses étudiants de nombreuses possibilités de doubles-diplômes et d'échanges académiques partout dans le monde (\*sous certaines conditions). Désormais, les étudiants de CREA bénéficieront de la force d'un groupe international tant au niveau de la reconnaissance des titres décernés qu'au niveau des possibilités de poursuite de leur cursus en Suisse ou à l'International.

[www.groupeinsec.com](http://www.groupeinsec.com)