

Avant la rédaction de ce dossier, et dès la phase de conception, consultez la « notice d'aide pour la constitution d'un dossier de création de DU ».

Vous pouvez par ailleurs obtenir des informations complémentaires et solliciter un appui en contactant :
dacip-creation-du@univ-lorraine.fr

Dossier de demande de création d'un Diplôme d'Université

Code de l'éducation : Article L.613.2 : Les établissements peuvent aussi organiser, sous leur responsabilité, des formations conduisant à des diplômes qui leur sont propres ou préparant à des examens ou des concours.
Cadrage de l'UL : Le diplôme d'université est un diplôme librement créé par un établissement d'enseignement supérieur, conformément à l'article L.613.2 du code de l'éducation. Il peut également s'appeler Diplôme d'établissement. Il ne fait pas partie du système LMD et ne confère aucun grade universitaire à son titulaire. Des crédits du système européen peuvent lui être associés mais ces crédits ne confèrent aucune équivalence ou admission à un diplôme national.

Les droits d'inscription sont fixés par l'établissement. Des droits de formation peuvent être ajoutés aux droits d'inscription.

Le DU est créé sur décision du CA après avis du CF. Les modalités de contrôle des connaissances doivent être validées selon le même circuit que pour les diplômes nationaux. La composition du jury d'admission et validation fait l'objet d'un arrêté annuel.

L'ensemble du dossier doit être transmis à la DFOIP (dacip-creation-du@univ-lorraine.fr) en vue de son étude avant présentation dans les instances de l'UL.

INTITULE DU DIPLOME :
DEVELOPPER ET PILOTER LA STRATEGIE MARKETING DES STRUCTURES SPORTIVES

Circuit de validation :

1/ Information préalable en G9	
2/ Date de passage au(x) conseil(s) de composante(s) :	8 Décembre 2022
3/ Date de passage au Conseil de collegium :	13 Décembre 2022
4/ Date de passage au Conseil de la Formation :	Février 2023
5/ Date de validation au Conseil d'Administration :	

I. RATTACHEMENT ADMINISTRATIF

Date d'ouverture prévisionnelle :

Mai 2023

Composante(s) assurant la responsabilité pédagogique de la formation :

Faculté des Sciences du Sport de Nancy

Nom du responsable pédagogique de la formation :

Gérome GAUCHARD
Pierre-Yves ROQUEFERE

Qualité :

Professeur des Universités
Enseignant-Associé

Téléphone :

03 72 74 67 23 / 06 13 99 00 58

E-mail :

gerome.gauchard@univ-lorraine.fr
pierre-yves.roquefere@univ-lorraine.fr

Composante de rattachement :

Faculté des Sciences du Sport de Nancy

Composante assurant la responsabilité administrative (inscription des étudiants, conventions ou contrats de formation, etc.) :

Faculté des Sciences du Sport de Nancy

Autres certificateurs concernés (dans le cas de la création d'un DIU par exemple)

- Nom du co-certificateur (universités ou autres structures) :
- Nom du co-responsable :

II. OBJECTIFS GENERAUX DE LA FORMATION

Piloter et développer la stratégie marketing d'une organisation sportive au regard de la nature et de l'ambition de la structure (Club amateur ou professionnel, Centre de fitness, Personal trainer)

A l'issue de la formation, chaque participant devra être capable :

- Analyser l'image d'une marque sportive
- Identifier le besoin marketing d'une structure sportive
- Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de développement spécifique à une organisation sportive.
- Monitorer les datas de l'organisation sportive et adapter ses choix stratégiques.
- Créer une start-up dans le secteur sportif

III. PUBLICS VISES

a. Type de public :

- Titulaires Licence STAPS
- Tout public désirant acquérir des compétences en stratégie marketing en lien avec les structures et organisations sportives
- Service communication et développement des fédérations
- Structures sportives associatives et professionnelles
- Sportifs de Haut Niveau (sur liste ministérielle) souhaitant acquérir de nouvelles compétences et anticiper le double projet reconversion / professionnalisation
- Personal trainer souhaitant acquérir et fidéliser de nouveaux clients.
- Entraîneurs, préparateurs physiques, moniteurs, coaches souhaitant diversifier leur qualification

b. Pré-requis et niveau d'entrée requis :

- Diplôme de niveau 6
- Si diplôme de niveau inférieur, expérience du domaine exigée.

IV. OPPORTUNITÉ DE LA CRÉATION DU DIPLOME D'UNIVERSITÉ

a. Opportunités vis-à-vis des besoins socio-économiques

En quoi le projet répond-il à une demande socio-économique, en particulier de branche professionnelle, fédération d'entreprises, entreprises, collectivités...? Avez-vous repéré des besoins ou des évolutions de qualifications sur le marché de l'emploi ?

Évolution du business, e-réputation et prégnance des stratégies digitales.

Ces dernières années ont vu l'évolution des techniques de gestion et de pilotage des stratégies marketing. L'émergence des stratégies d'acquisition digitale via les réseaux sociaux ont bouleversé les méthodes commerciales traditionnelles. Les clients ne sont plus joignables uniquement par téléphone ou sur google mais avant tout directement sur leurs réseaux sociaux personnels. Aujourd'hui, toutes les marques et enseignes sportives utilisent des « Ads » Facebook/Instagram afin de promouvoir leurs images et acquérir de nouveaux clients.

Le secteur sportif n'a pas échappé à cette transformation des pratiques avec notamment la digitalisation des compétences commerciales et l'émergence de la e-réputation des organisations sportives. Plus que jamais les performances commerciales d'une organisation sportive sont liées à sa présence en ligne, sa notoriété sur les réseaux sociaux et à ses facultés d'adaptation sur des outils numériques en perpétuels évolutions.

Les clubs professionnels et amateurs, fédérations sportives, coaches sportifs amateurs ou professionnels, sont directement concernés par ces nouvelles techniques d'acquisition. Le chiffre d'affaires d'une structure sportive, quelle que soit sa dimension (club, centre de coaching...), dépend de l'audience et de l'attraction qu'elle est capable de générer auprès de cette audience et de sa faculté à la pérenniser.

Etre concurrentiel en 2022 pour une organisation sportive, c'est savoir se démarquer de ses concurrents en utilisant des stratégies innovantes. Il est donc indispensable de posséder les bases de la stratégie d'acquisition digitale. Savoir promouvoir son image, acquérir et fidéliser de nouveaux clients en utilisant les plateformes publicitaires comme Facebook Instagram LinkedIn etc... La maîtrise de ces bases permettra de diversifier les compétences des acteurs du mouvement sportif, et d'améliorer la polyvalence des professionnels au sein notamment d'une fédération, ou même d'une cellule performance sportive pour diffuser les résultats et le savoir-faire.

Spécificité du milieu sportif

Si le milieu sportif met en avant le quotidien fait d'entraînements et de performances en match/compétition, il occulte cependant souvent une partie tout aussi importante de la vie d'un sportif : la gestion de sa marque (image personnelle).

Un sportif devient de fait très tôt un chef d'entreprise formé empiriquement. En tant qu'entrepreneur, il se trouve à devoir gérer son image, promouvoir et monétiser sa marque, trouver des sponsors, négocier des contrats, faire évoluer sa structure...

Pour cela, il doit d'une part être capable d'analyser son marché et auditer les forces et faiblesses spécifiques au milieu sportif, et d'autre part promouvoir son/ses produits en utilisant toutes les méthodes de marketing digital adaptées au milieu sportif.

Une structure sportive quelle que soit sa forme (club professionnel, fédération...) a par ailleurs les mêmes types de besoin mais à une échelle plus importante. La compréhension du marché, la gestion d'image, et la promotion de produits, adossé aux techniques de marketing digital et aux nouvelles technologies sont autant de compétences indispensables à la pérennisation d'une structure sportive quel que soit sa dimension.

Création de start-up, un outil supplémentaire au service du marketing dans le milieu sportif

S'il est vrai que le professionnel du marketing dans le milieu sportif peut opérer en tant que salarié au sein d'un club ou d'un centre sportif, il agit cependant bien plus souvent en tant que professionnel indépendant ou entreprise indépendante qui multiplie les prestations de communication digitale au sein de plusieurs structures sportives pour ne pas dépendre d'une seule, au regard des risques associés.

Dans les faits, et pour une meilleure adaptation à l'évolution du marché, le professionnel du marketing sportif est amené à choisir et créer une structure juridique en fonction de son projet.

La création de start-up spécialisée en marketing digital sportif est un moyen supplémentaire de répondre aux multiples besoins des clients du professionnel du marketing sportif.

b. Opportunités au regard de l'offre de formation existante (UL et hors UL)

Si des formations proches existent à l'UL, quelle est la spécificité de ce DU ?

En quoi le projet de DU répond-il à des besoins non satisfaits par rapport aux besoins du marché (au niveau local/territorial, régional, national, international)

Il n'existe pas de formation de ce type dans le domaine de la stratégie marketing appliquée aux organisations sportives au sein de l'Université de Lorraine ; il n'en existe par ailleurs aucune au niveau national.

En revanche, il existe à l'Université de Lorraine des formations dans le domaine du marketing, que ce soit à niveau DU (Diplôme d'Université Sports, Commerce et Service), Licence Pro (Licence pro E-commerce et marketing numérique, Licence pro Marketing opérationnel) et niveau Master (Master Marketing digital), mais leurs champs d'application s'orientent plutôt autour de la gestion commerciale que sur le développement des organisations sportives.

V. PARTENARIATS ENGAGES

- Quelles collaborations internes (autres laboratoires, composantes, etc.) et/ou quels partenariats externes sont envisagés ?
- Quelle est la nature de la collaboration ?

Le diplôme agrège les compétences d'enseignants et d'enseignants-chercheurs dans le domaine des sciences du sport et des sciences de gestion (*Collegium Santé, Collegium Lorraine Management Innovation*), ainsi que les compétences de professionnels du secteur du marketing et communication digitale. Tous les intervenants extérieurs seront recrutés en tant que vacataires.

Collaboration interne :

Ce diplôme intègre les compétences du Pôle entrepreneuriat étudiant de Lorraine (Peel), qui a pour mission de développer la culture entrepreneuriale. Après une présentation du Peel, il sera proposé un module de mise en situation entrepreneuriale. Par la suite, si des apprenants deviennent porteurs de projets entrepreneuriaux, ils pourront être suivis par le Peel.

Marché Public :

Ce diplôme finalise l'engagement pris, pour l'année universitaire 2022-2023, par la Faculté des Sciences du Sport de Nancy lors du marché public (marché n°21A18), qui a été attribué à la société IFDIS (groupe LPI) pour la diffusion des contenus de formation en ligne. Dans ce marché, il est prévu qu'outre les contenus de formation du M2 MIPPE, ceux de 4 DU soient mis en ligne au cours de cette année universitaire, à savoir les DU « Piloter et Accompagner les disciplines Stand Up Paddle Forme Santé Performance », « Expertiser la Performance Sportive par l'Analyse Vidéo et le Sport Data Science », « Piloter le Personal Training Forme Santé Bien-être » et « Développer et piloter la stratégie marketing des organisations sportives ».

Joindre dossiers et lettres d'intention

VI. FINALITES – REFERENTIELS D'ACTIVITES ET DE COMPETENCES

a. Finalités professionnelles

Est-ce que le DU permet l'insertion et l'exercice d'un métier ou de plusieurs métiers identifiés ? Dans ce cas merci de préciser le(s) type(s) de métier(s).

CF. Codes ROME : <https://www.pole-emploi.fr/candidat/decouvrir-le-marche-du-travail/les-fiches-metiers.html>

Métier(s) visé(s)	Code ROME

Est-ce que le DU vise, non pas l'exercice d'un métier en totalité, mais de compétences professionnelles complémentaires dans un secteur d'activité ? Dans ce cas merci de préciser lesquelles.

Compétences professionnelles complémentaires

Le diplômé doit être en capacité :

- d'analyser l'image de marque d'une organisation sportive,
- de créer les outils de communication de base d'une organisation sportive,
- de concevoir une stratégie marketing pour le développement d'une organisation sportive,
- d'analyser les retombées d'un plan marketing,
- de gérer la e-réputation d'une organisation sportive,
- de créer une start-up dans le secteur sportif.

b. Poursuite d'études envisagées éventuellement

c. Référentiel d'activités et de compétences

CF. Notice d'aide pour la constitution d'un dossier de création de DU, paragraphe « les référentiels de quoi parle-on ? »

REFERENTIEL D'ACTIVITES (Situations de travail et activités exercées)

REFERENTIEL DE COMPETENCES (Compétences et acquis d'apprentissage correspondants)

- Identifier la plateforme de site internet optimale pour une structure sportive
- Élaborer un site internet optimisé pour le référencement en ligne et la conversion client d'une structure ou organisation sportive.
- Élaborer et planifier la stratégie de post des réseaux sociaux d'une structure ou organisation sportive
- Rédiger et organiser les contenus créatifs des post à l'aide des applications spécifiques
- Analyser et diagnostiquer les besoins de communication d'une structure ou organisation sportive

- Concevoir et structurer le message de communication d'une structure ou organisation sportive
- Organiser la planification marketing stratégique d'une structure ou organisation sportive
- Analyser et mesurer les résultats du plan de communication d'une organisation ou structure sportive
- Concevoir et planifier une stratégie de test Facebook Ads pour optimiser les ventes et la visibilité d'une organisation ou structure sportive
- Analyser et diagnostiquer les résultats des tests Ads pour optimiser les prises de décisions marketing
- Créer une start-up dans le secteur sportif

VII. NIVEAU DE LA FORMATION

CF Notice d'aide paragraphe « Niveaux de qualification : le cadre national des certifications professionnelles »

Niveau de qualification indicatif en sortie de DU :

Seule l'obtention d'une certification enregistrée au RNCP permet d'attester d'un niveau de qualification.

VIII. IDENTIFICATION DES ENSEIGNEMENTS ET CONTRIBUTION AUX COMPETENCES (ET AUX BLOCS LE CAS ECHEANT)

CF. Notice d'aide paragraphe « Identification des enseignements et contribution des enseignements aux compétences »

Bloc de compétences (si enregistrement RNCP envisagé)	Compétences	Enseignements associés, contribuant au bloc de compétences
Bloc 1 : Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de développement marketing et monitorer les datas.	<p>C1 Analyser et concevoir une stratégie marketing spécifique à une organisation sportive</p> <p>C2 Organiser et piloter la stratégie marketing d'une organisation sportive</p> <p>C4 Transformer l'analyse en action</p>	<p>C1-1 Analyser et diagnostiquer les nouveaux enjeux du secteur sportif</p> <p>C1-2 Elaborer une stratégie de communication de marque en adéquation avec les nouveaux enjeux du secteur sportif</p> <p>C2-1 Concevoir et configurer les outils de communication adaptés à la marque sportive.</p> <p>C2-2 Créer, animer, et fédérer une communauté sportive pour valoriser l'image et le développement de marque.</p> <p>C2-3 Elaborer et configurer les outils de suivi des indicateurs stratégiques d'une marque sportive.</p> <p>C2-4 Interpréter les données afin de préconiser des évolutions stratégiques ciblées</p>
Bloc 2 : Créer une entreprise dans le secteur sportif	C3 Créer et optimiser une start-up dans le secteur sportif	<p>C3-1 Créer une start-up de produits ou de services dans le secteur sportif</p> <p>C3-2 Connaître et comprendre le processus d'incubation d'une entreprise du secteur sportif en accélérateur d'entreprise.</p> <p>C3-3 Créer et optimiser les principaux outils de référencement en ligne d'une entreprise sportive.</p>

IX. MAQUETTE DE LA FORMATION

N° UE	Intitulé de l'UE	Compétences N°	Répartition du nombre d'heures selon les différentes modalités pédagogiques
UE1	Analyse et stratégie de développement d'une marque sportive	N°2 C1	Nb h CM : Nb h TD : 30 Nb h TP : Nb h éq TD : 30
UE2	Mise en œuvre de la stratégie et monitoring des datas	N°2 C2	Nb h CM : Nb h TD : 45 Nb h TP : Nb h éq TD : 45
UE3	Création d'entreprise dans le secteur sportif	N°1 C3	Nb h CM : Nb h TD : 45 Nb h TP : Nb h éq TD : 45
UE4	Situation professionnelle, suivi et évaluation	N°2 C4	Nb h CM : Nb h TD : 10 Nb h TP : Nb h éq TD : 10
		Total	Nb h CM : Nb h TD : 130 Nb h TP : Nb h éq TD : 130

X. MODALITES D'EVALUATION
MCC&C : Modalités de contrôle des connaissances et des compétences
CF. Notice d'aide paragraphe « Les référentiels de quoi parle-on ? »

→ Indiquez pour chaque UE les modalités de contrôle, les coefficients appliqués et les modalités de validation du diplôme

N° UE / N° EC	Intitulé	N° bloc	N° compétence	Coef.	Compensation	Session		MCC&C Modalités d'évaluation
					Oui/Non	1 (ou unique)	2	
UE 1	Analyse et stratégie de développement d'une marque sportive	1			Non		x	QCM en ligne
<i>EC 1-1</i>	Analyser et diagnostiquer les nouveaux enjeux du secteur sportif		C1-1					
<i>EC 1-2</i>	Elaborer une stratégie de communication de marque en adéquation avec les nouveaux enjeux du secteur sportif		C1-2					
UE 2	Mise en œuvre de la stratégie et monitoring des datas	1			Non		x	QCM + Rapport d'audit
<i>EC 2-1</i>	Concevoir et configurer les outils de communication adaptés à la marque sportive.		C2-1					
<i>EC 2-2</i>	Créer, animer, et fédérer une communauté sportive pour valoriser l'image et le développement de marque.		C2-2					

<i>EC 2-3</i>	Elaborer et configurer les outils de suivi des indicateurs stratégiques d'une marque sportive.		C2-3					
<i>EC 2-4</i>	Interpréter les données afin de préconiser des évolutions stratégiques ciblées		C2-4					
UE 3	Création d'entreprise dans le secteur sportif et communication	2	C1		Non		x	QCM en ligne
<i>EC 3-1</i>	Créer une start-up de produits ou de services dans le secteur sportif		C3-1					
<i>EC 3-2</i>	Connaître et comprendre le processus d'incubation d'une entreprise du secteur sportif en accélérateur d'entreprise.		C3-2					
<i>EC 3-3</i>	Créer et optimiser les principaux outils de référencement en ligne d'une entreprise sportive.		C3-3					
UE 4	Situation professionnelle et évaluation	1			Non		x	Mémoire Soutenance
<i>EC 4-1</i>	Démarche méthodologique		C4					
<i>EC 4-2</i>	Transformation de l'analyse en action		C4					

Remarques éventuelles sur les modalités d'obtention du diplôme :

Conditions d'Assiduité :
- Présence obligatoire aux classes virtuelles

XI. JURY

→ Indiquez la composition du jury. Celle-ci devra également faire l'objet d'un arrêté séparé.

FONCTION ou QUALITE	NOM - prénom (si connu)
Professeur des Universités, Université de Lorraine	GAUCHARD Gérome
Maître de Conférences des Universités, Université de Lorraine	BENEDIC Michaël
Enseignant Associé, Université de Lorraine	ROQUEFERE Pierre-Yves
Responsable Formation-Partenariat, IFDIS	KOPP Yohann

XII. EQUIPE DE FORMATION

Nom et Prénom	Grade/Fonction	Composante ou organisme externe de rattachement	Enseignement assuré	Responsabilité UE (N° ou intitulé)
GAUCHARD Gérome	PRex	Université de Lorraine	EC 3-2 & 4-2	UE 4
BENEDIC Michaël	MCF	Université de Lorraine	EC 3-1	UE 3
ROQUEFERE Pierre-Yves	Enseignant Associé	Université de Lorraine	EC 2-3 & 2-4	UE 2
DUCLOS Karine	MCF	Université de Lorraine	EC 4-1 & 4-2	
ROCHER Sébastien	PR	Université de Lorraine	EC 3-1 & 3-2	
SCHMITT Christophe	PR	Université de Lorraine	EC 3-1 & 3-2	
KOPP Yohann	Responsable Formation et partenariat	IFDIS	EC 1-1, 2-1 & 2-2	UE 2

CHARPIER Léa	Responsable Communication	IFDIS	EC 3-3	
RIVERA Margot	Service Marketing	Grand groupe international	EC 1-1 & 1-2	
ZANNI Lucie	Service Marketing	Grand groupe international	EC 1-1 & 1-2	

Proportion d'heures assurées par des enseignants de l'université : 45 %
 Proportion d'heures assurées par des intervenants professionnels : 55 %

XIII. ANNEXE 1 : FICHES UE A COMPLETER (UNE FICHE PAR UE)

XIV. EVALUATION DES ENSEIGNEMENTS PAR LES ETUDIANTS (3E)

→ *Décrivez le processus d'évaluation des enseignements, notamment dans le cadre de formations proposées à des professionnels : modalités de retour d'expérience, appréciation du réinvestissement des acquis dans l'environnement de travail,...*

Les enseignements seront évalués grâce à un questionnaire en ligne. Chaque UE sera évaluée à la fin de son enseignement, avant l'enseignement du module suivant, en termes d'implication, d'organisation du module, de contenu et de pédagogie utilisée selon 5 modalités (Tout à fait d'accord / plutôt d'accord / Plutôt en désaccord / pas du tout d'accord / non concerné).

A la fin des enseignements de la formation, un questionnaire complémentaire plus général sera diffusé aux stagiaires afin d'évaluer la formation dans sa globalité (appréciation globale, information, contenu, objectifs, organisation, participation, pédagogie et évaluation).

XV. DETERMINATION DU COUT DE LA FORMATION ET DU TARIF APPLICABLE

L'annexe 2 permet de déterminer le coût de la formation et ensuite, par simulations, de définir le tarif de la formation et le seuil d'ouverture (le tarif de la formation est déterminé sur la base du coût de la formation par apprenant, auquel on ajoute une marge).

Le tarif du diplôme d'université est unique, quel que soit le public visé. Un tarif différent peut être envisagé si les prestations sont différentes selon les publics visés (à justifier alors).

Le tarif s'entend hors droits universitaires, qui s'ajouteront en fonction du niveau de la formation :

- niveau licence (jusqu'à bac+3) : égal au droit licence national
- niveau master (jusqu'à bac+5) : égal au droit master national

Tarif de la formation proposé :

4 200 € (avec prise en charge)
3 200 € (financement personnel)
2 500 € (sportif de haut niveau)

Seuil d'ouverture proposé :

13 étudiants (base : tarif 2)

Joindre l'annexe 2 dûment complétée

Une annexe définitive doit être réalisée chaque année afin de vérifier l'équilibre financier de la formation ; elle doit servir également à fixer le tarif de l'année N+1.
La formation fera également l'objet d'une évaluation régulière dans le cadre de l'évaluation des enseignements, au même titre que les diplômes nationaux.

Fiche UE 1

Nom complet de l'UE : UE1 – ANALYSE ET STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT D'UNE MARQUE SPORTIVE

Composante de rattachement :

Faculté des Sciences du Sport de Nancy

Semestre concerné éventuellement :

Section CNU :

74° section

Nom du responsable de l'UE :

KOPP Yohann

Volume horaire personnel de l'étudiant :

30

Adresse électronique UL :

yohkopp@hotmail.fr

Langue d'enseignement de l'UE :

Français

Enseignements constitutifs de l'unité d'enseignement (EC)	Volume horaire par type d'enseignement				Travaux personnels en heures (b)	Nb d'heures total en présentiel (a)	TOTAL (c) = (a) + (b)	Equivalence ETD	Modalités pédagogiques
	CM	TD	TP	Autres					
EC1-1 Analyser et diagnostiquer les nouveaux enjeux du secteur sportif		10			10		10	10	A Distance
EC1-2 Elaborer une stratégie de communication de marque en adéquation avec les nouveaux enjeux du secteur sportif		20			20		20	20	A Distance
TOTAL de l'UE		30			30		30	30	

Eventuellement : nombre d'ECTS de l'UE :

Nota : 1 crédit = 25 à 30 heures de travail

Enseignement en présentiel en % : (a)/(c) :

Travaux personnels en % : (b)/(c) :

Modalités d'accès à l'UE (prérequis) :

Oui

Non

Si oui, lesquelles :

Objectifs :

Etre capable d'analyser et concevoir une stratégie marketing spécifique à une organisation sportive

Programme de l'UE
:

Analyse et organisation d'une stratégie marketing spécifique à une organisation sportive

Compétences
visées :

Analyser et diagnostiquer les nouveaux enjeux du secteur sportif
Elaborer une stratégie de communication de marque en adéquation avec les nouveaux enjeux du secteur sportif

Fiche UE 2

Nom complet de l'UE : UE2 – MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE ET MONITORING DES DATA

Composante de rattachement :	Faculté des Sciences du Sport de Nancy
Section CNU :	74 ^e section
Nom du responsable de l'UE :	ROQUEFERE Pierre-Yves
Adresse électronique UL :	pierre-yves.roquefere@univ-lorraine.fr

Semestre concerné éventuellement :

Volume horaire personnel de l'étudiant :

Langue d'enseignement de l'UE :

Enseignements constitutifs de l'unité d'enseignement (EC)	Volume horaire par type d'enseignement				Travaux personnels en heures (b)	Nb d'heures total en présentiel (a)	TOTAL (c) = (a) + (b)	Equivalent ETD	Modalités pédagogiques
	CM	TD	TP	Autres					
C2-1 Concevoir et configurer les outils de communication adaptés à la marque sportive.		10			10		10	10	A Distance
C2-2 Créer, animer, et fédérer une communauté sportive pour valoriser l'image et le développement de marque.		10			10		10	10	A Distance
C2-3 Elaborer et configurer les outils de suivi des indicateurs stratégiques d'une marque sportive.		15			15		15	15	A Distance
C2-4 Interpréter les données afin de préconiser des évolutions stratégiques ciblées		10			10		10	10	A Distance
TOTAL de l'UE		45			45		45	45	

Eventuellement : nombre d'ECTS de l'UE :

Nota : 1 crédit = 25 à 30 heures de travail

Enseignement en présentiel en % : (a)/(c) :

Travaux personnels en % : (b)/(c) :

Modalités d'accès à l'UE (prérequis) :

Oui

Non

Si oui, lesquelles :

Objectifs :

Mettre en œuvre la stratégie de développement marketing et monitorer les datas.

Programme de l'UE :

Organiser et piloter la stratégie marketing d'une organisation sportive

Compétences visées :

<p>Concevoir et configurer les outils de communication adaptés à la marque sportive. Créer, animer, et fédérer une communauté sportive pour valoriser l'image et le développement de marque. Elaborer et configurer les outils de suivi des indicateurs stratégiques d'une marque sportive. Interpréter les données afin de préconiser des évolutions stratégiques ciblées</p>
--

Pour toute question ou demande d'appui sur ce sujet, vous pouvez contacter : dacip-competences@univ-lorraine.fr

Fiche UE 3

Nom complet de l'UE : UE3 – CREATION D'ENTREPRISE DANS LE SECTEUR SPORTIF

Composante de rattachement :

Faculté des Sciences du Sport de Nancy

Semestre concerné éventuellement :

Section CNU :

74^e section

Nom du responsable de l'UE :

BENEDIC Michaël

Volume horaire personnel de l'étudiant :

35

Adresse électronique UL :

michael.benedic@univ-lorraine.fr

Langue d'enseignement de l'UE :

Français

Enseignements constitutifs de l'unité d'enseignement (EC)	Volume horaire par type d'enseignement				Travaux personnels en heures (b)	Nb d'heures total en présentiel (a)	TOTAL (c) = (a) + (b)	Equivalent ETD	Modalités pédagogiques
	CM	TD	TP	Autres					
EC3-1 Créer une start-up de produits ou de services dans le secteur sportif		20			20		20	20	A Distance
EC3-2 Connaître et comprendre le processus d'incubation d'une entreprise du secteur sportif en accélérateur d'entreprise.		5			5		5	5	A Distance
EC3-3 Créer et optimiser les principaux outils de référencement en ligne d'une entreprise sportive.		10			10		10	10	A Distance
TOTAL de l'UE		35			35		35	35	

Eventuellement : nombre d'ECTS de l'UE :

Nota : 1 crédit = 25 à 30 heures de travail

Enseignement en présentiel en % : (a)/(c) :

Travaux personnels en % : (b)/(c) :

Modalités d'accès à l'UE (prérequis) :

Oui

Non

Si oui, lesquelles :

Objectifs :

Création et optimisation d'une start-up dans le secteur sportif

Programme de l'UE
:

Présentation du PeeL.
Création d'entreprise innovante dans le secteur sportif et optimisation de son référencement.
Mise en situation entrepreneuriale (IDéO) par le PeeL.

Compétences
visées :

Créer une start-up de produits ou de services dans le secteur sportif
Connaitre et comprendre le processus d'incubation d'une entreprise du secteur sportif en accélérateur d'entreprise.
Créer et optimiser les principaux outils de référencement en ligne d'une entreprise sportive.

Pour toute question ou demande d'appui sur ce sujet, vous pouvez contacter : dacip-competences@univ-lorraine.fr

Fiche UE 4

Nom complet de l'UE : UE4 – SITUATION PROFESSIONNELLE, SUIVI ET EVALUATION

Composante de rattachement :	Faculté des Sciences du Sport de Nancy
Section CNU :	74 ^e section
Nom du responsable de l'UE :	GAUCHARD Gérome
Adresse électronique UL :	gerome.gauchard@univ-lorraine.fr

Semestre concerné éventuellement :	
Volume horaire personnel de l'étudiant :	10
Langue d'enseignement de l'UE :	Français

Enseignements constitutifs de l'unité d'enseignement (EC)	Volume horaire par type d'enseignement				Travaux personnels en heures (b)	Nb d'heures total en présentiel (a)	TOTAL (c) = (a) + (b)	Equivalent ETD	Modalités pédagogiques
	CM	TD	TP	Autres					
EC 4-1 Démarche méthodologique		5			5	0	5	5	A Distance
EC 4-2 Transformation de l'analyse en action		5			5	0	5	5	A Distance
TOTAL de l'UE		10			10	0	10	10	

Éventuellement : nombre d'ECTS de l'UE :

Nota : 1 crédit = 25 à 30 heures de travail

Enseignement en présentiel en % : (a)/(c) :

0

Travaux personnels en % : (b)/(c) :

100

Modalités d'accès à l'UE (prérequis) :

Oui

Non

Si oui, lesquelles :

Objectifs :

Les objectifs de cette UE sont d'effectuer une prise de recul avec sa propre pratique, de son expérience à travers des temps d'analyse ; observer de façon pertinente les états, comportements, attitudes individuelles et collectives des sportifs ; faire des liens avec les contenus apportés par la formation afin de mettre en place un cadre et élaborer une offre d'accompagnement.

Programme de l'UE
:

Des temps spécifiques d'analyse de pratique et d'échange de pratique seront proposés à distance à différents temps de la formation encadrés par les formateurs, choisis en fonction des besoins des stagiaires.

Compétences
visées :

Observer, comprendre, analyser les phénomènes observés à l'aide d'outils et de méthodes spécifiques et adaptés, afin de développer les ressources.

Pour toute question ou demande d'appui sur ce sujet, vous pouvez contacter : dfoip-competences@univ-lorraine.fr

DU Développer et piloter la stratégie marketing des organisations sportives

Collégium Santé

Faculté des Sciences du Sport

cellules à compléter

choisir le collégium et la composante dans le menu déroulant

Coût total de la formation	41 141,57
<i>dont masse salariale enseignant</i>	14 449,35

Coût horaire moyen de la formation	316,47
<i>dont masse salariale enseignant</i>	111,15

Masse salariale du personnel enseignant

Enseignants	Salaire moyen horaire (brut chargé)	Volume horaire dans la formation	Montant
ENSEIGNANTS UL	172,22	60	10 333,35
VACATAIRE D'ENSEIGNEMENT	58,80	70	4 116,00
CONTRACTUEL ETUDIANT	21,61		
<i>Ensemble</i>	<i>111,15</i>	<i>130</i>	<i>14 449,35</i>

Dépenses spécifiques à la formation

Nature de dépenses	Montant
Missions	
Plateforme e-learning (mise en ligne des cours, organisation des classes virtuelles...)	5 500,00
Rémunération liée à la réalisation d'actions en formation continue. D714-60	2 500,00
Autres (Préciser).....	
<i>Ensemble des coûts directs</i>	<i>8 000,00</i>

Coût total de la formation

Masse salariale	14 449,35
Dépenses spécifiques et directes	8 000,00
Coûts environnés - soutien	13 471,58
Coûts environnés - support	5 220,65
<i>Coût réel de la formation</i>	<i>41 141,57</i>

Coût moyen par étudiant

Effectifs attendus	13
Coût moyen de référence / étudiant	3 164,74 €

Recettes	Montant	Tarif de la formation par apprenant
Recettes de formation (Entreprises, OPCA, Particuliers, Contrats de pro)	- €	
Recettes provenant des Subventions publiques (Etat, Région,...)	- €	
Autres recettes (étudiants,...)	41 600,00 €	3 200,00 €
RECETTES PREVISIONNELLES	41 600,00 €	
MARGE PREVISIONNELLE	458,43 €	