

## Licence Métiers du Sport (L3 MS)

---

Titre du Cours : **Marketing sportif**  
Course Title :  
Heures : 10h CM/10h TD  
Lecture hours :  
ECTS Credits : 3

---

➤ **PRÉREQUIS / PRE-REQUISITES**  
Connaissances globales en marketing

➤ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS / LEARNING OBJECTIVES**

Ce cours a pour objet de présenter les bases du marketing opérationnel. A l'issue, les étudiants doivent pouvoir appréhender et traiter des cas concrets applicables aux entreprises, clubs ou collectivités dans lesquels ils évolueront.

➤ **RESUME DU COURS / COURSE OVERVIEW**

Les tendances de la consommation seront évoquées de manière transversale à l'étude des éléments du marketing mix, tout en soulignant les spécificités du monde du sport.

➤ **PLAN DE COURS /LISTE DES SUJETS ABORDES / TOPICS OF EACH SESSION**

- Marché, Market, Marketing
- Le comportement du consommateur
- La segmentation
- Le positionnement
- La stratégie produit
- La stratégie prix

➤ **ÉVALUATION (CONTRÔLE CONTINU) / GRADING (CONTINUOUS ASSESSMENT)**

Présence et participation : 20%  
Contrôle continu 1 : 30%  
Contrôle2 : 50%

➤ **RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES / REFERENCE MATERIALS**

DESBORDES M., OHL F., TRIBOU G., *Marketing du sport*, 2e éd., Paris : Economica  
HURON D., *Décisions et stratégies marketing*, Paris : Gualino, 2007  
KOTLER P., Armstrong G., LE NAGARD-ASSAYAG E., LARDINOIT T., *Principes de marketing*, 10e éd., Paris : Pearson Education, 2010.  
KOTLER P., DUBOIS B., KELLER K., MANCEAU D., *Marketing management*, 13e éd., Paris: Pearson Education, 2009.  
LENDREVIE J., LÉVY J.,LINDON D., *Mercator, théorie et pratique du marketing*, 8e éd., Paris : Dunod, 2006.