

## M1 MS

# **Communication Événementielle : application au sport**

David HURON - Maître de Conférences HDR en Sciences de Gestion

20H - ECTS 4

## **Objectifs**

Ce cours a pour objet de sensibiliser les étudiants aux approches de la communication dans les organisations et dans le cadre d'un événement. A l'issue, les étudiants doivent:

- connaître les enjeux de la communication au sein de l'entreprise, du club sportif ou de la collectivité territoriale.
- savoir mobiliser leurs connaissances et compétences afin d'analyser une annonce publicitaire ou de communication.
- savoir concevoir des supports de communication pour un événement.
- savoir gérer le mix de communication d'un événement.

## **Thèmes des séances**

- Les types de communication : crise, commerciale, corporate, etc.
- Le média/ hors médias
- Les objectifs de la communication
- Les théories de la communication
- Les objectifs de la communication dans le cadre d'un événement
- La communication en fonction du public, la création publicitaire
- Communiquer sur un événement ou organiser un événement pour communiquer
- Les supports de communication d'un événement sportif : Affiches, communiqué de presse, dossiers de presse, site internet

## **Bibliographie**

- CHOUCHAN L., 2002, Communication et événement, Presses du Management, Paris.
- HURON D., 2007, Décisions et stratégies marketing, Gualino, Paris.
- LIBAERT T., 2001, La communication de crise, Dunod, Paris.
- MALAVAL P., DECAUDIN J.M., 2005, Pentacom, Communication: théories et pratiques, Pearson Education, Paris.
- VERNETTE E. (dir.), 2000, Publicité, théories, acteurs et méthodes, La Documentation Française, Paris.

## **Modalité d'évaluation**

Contrôle Continu