

Communication digitale des organisations sportives
Mention (cochez la mention et le parcours concerné)

APAS	IEAP BTI	IEAP IEMH	IEAP FHIE	MS	EOPS
				X	

Semestre d'étude (cochez le semestre relatif à l'enseignement)

Master APAS				Master MS				Master EOPS				Master IEAP	Master IEAP		Master IEAP		Master IEAP		Master IEAP	
S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S2	S3	S4	S3	S4	S3	S4
													IEMH/BTI	FHIE	BTI	BTI	IEMH	IEMH	FHIE	FHIE
				X																

Nature et volume du cours (renseignez le nombre d'heures ou de semaines de stage relatifs à l'enseignement)

Cours magistral (CM)	Travaux dirigés (TD)	Pédagogie Active	Travail Personnel Etudiant	Stage
10 h	h	h	h	semaines

Objectifs de l'enseignement (précisez en quelques lignes les notions abordées, les connaissances et/ou compétences visées par l'enseignement)

Comprendre les enjeux, outils et stratégies de la communication digitale.
 Identifier les opportunités et risques associés au numérique dans le sport.
 Connaître les principaux métiers et compétences du digital.
 Savoir concevoir une communication digitale adaptée à un projet sportif.
 Développer un regard critique et responsable sur l'usage des outils numériques.

Mots-clés

Communication numérique, réseaux sociaux, community management, e-réputation, marketing digital, stratégie digitale, contenus engageants, bad buzz, IA, RSE, transformation digitale, veille.

Compétences à acquérir

Identifier et comprendre les différents canaux de communication digitale.
 Maîtriser les codes, formats et usages des réseaux sociaux.
 Élaborer une stratégie de communication ciblée et engageante.
 Savoir réagir à une crise de communication en ligne.
 Concevoir du contenu adapté aux objectifs et à la cible.
 Intégrer les notions de marketing digital responsable.
 Réaliser une veille stratégique et évaluer l'impact d'une campagne digitale.

Modalités d'évaluations envisagées (CC + SAE) :
Etudes de cas et oraux, en groupe
Plan de cours :

Rappels et définitions autour de la communication digitale
Risques du digital en milieu professionnel
Métiers du digital – Focus sur le rôle du Community Manager
Les entreprises françaises face au digital
Grandes tendances actuelles de la communication numérique
Marketing digital responsable et enjeux RSE

Bibliographie indicative :

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital Marketing. Pearson.

Tuten, T., & Solomon, M. (2021). Social Media Marketing. SAGE.

Kapferer, J.-N. (2022). La communication de marque. Dunod.

Martinet, B., & Régnier, P. (2017). Stratégies de communication digitale. Dunod.

Olivier Cimelière – Communication de crise sur les réseaux sociaux (blog et ouvrages spécialisés)

Baromètres annuels (Hootsuite, We Are Social, BDM, Hubspot...)

Articles et ressources en ligne spécialisés en marketing sportif & digital (L'Équipe, SportBuzzBusiness, Social Media Pro, etc.)