

FPS521DM- Marketing

Champ d'enseignement (cochez le/les champ(s) d'enseignement relatif à l'enseignement)

CMP	SHS	PHY	BMC	APS	OUT	LAN	APA	ENS	MNG	ERG
									x	

Année et semestre d'étude (cochez l'année et le semestre relatifs à l'enseignement)

Licence 1 TC		Licence 2 TC	Licence 2 EM		Licence 3 EM PCL		Licence 3 EM PE		Licence 3 APAS			Licence 3 ESPM			Licence 3 MS			Licence 3 GDOSSL			
S1	S2	S3	S4	S5	S6	S5	S6	S4	S5	S6	S4	S5	S6	S4	S5	S6	S5	S6			

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

Cours magistral	Travaux dirigés	Travaux Pratiques	Travail Personnel Etudiant	Stage
12 h	8 h	h	h	semaines

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

Compréhension des techniques marketing fondamental, stratégique et opérationnel et focus sur le marketing sportif.

Mots-clés

Positionnement du cours dans le diplôme. Contextualisez ce cours par rapport aux cours du même champ dans les années antérieures et/ou ultérieures du diplôme

Il fait logiquement suite aux cours de L2 d'initiation au marketing. Il se démarque par les exemples de cas pratiques à traiter en TD .

Modalités d'évaluation envisagées :

40%CC 60%CF
Ecrit 1h30

Plan de cours :

Chapitre 1 :
Rappel des notions de Marketing de L2 : Dimension stratégique et opérationnelle, mix marketing
Chapitre 2 : Les modèles explicatifs du comportement du consommateur
Chapitre 3 : le marketing sportif

Bibliographie indicative :

Clair et Pihier, « le Marketing », 2011, Editions Nathan, collection : Repères pratiques
Tribou, Dermit,... « Marketing et gestion des clubs sportifs », 2015 4ème édition, Editions DUNOD