

**FMSC01BM - Marketing des services et des événements sportifs**

**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					
S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	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	Travaux dirigés	Travaux Pratiques	Travail Personnel Etudiant	Stage
20 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 grands courants fondateurs de la pensée marketing contemporaine. Relier la théorie aux pratiques quotidiennes des acteurs du marché au travers d'exemples concrets.

**Mots-clés**

Marketing / Service / Qualité / Client / Expérience / Sport / Divertissement

**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

Enseignement en lien avec Introduction au Marketing (L2S4), Marketing (L3S5), Marketing et Marques Sportives (L3S6), Marketing des événements, services et produits sportifs (M1S2)

**Modalités d'évaluation envisagées :**

100% Contrôle Terminal

**Plan de cours :**

1. Marketing historique et définition(s)
2. Marketing produit vs marketing des services
3. Marketing des services approfondissements
4. Marketing, démarche qualité et client coproducteur
5. Marketing expérientiel

**Bibliographie indicative :**

Mercator, Servuction (Eyglie et Langeard), Winning the service game (Bowen et Schneider), Marketing expérientiel (Holbrook et Hirschman), Marketing tribal (Badot et Cova), Economie de l'expérience (Pine et Gilmore)