

**FMSC01CM STRATEGIE 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					
S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S3	S4			
							X						IEMH/BTI	FHIE	BTI	BTI	IEMH	IEMH	FHIE	FHIE

**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
25 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)

Mettre en place une stratégie digitale pour son organisation sportive

**Mots-clés**

Communication digitale – réseaux sociaux – stratégie digitale -

**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

Ce cours conclue les enseignements du cursus en apportant un éclairage poussé sur la mise en place de stratégie digitale.

**Modalités d'évaluation envisagées :**

1 oral de présentation de la stratégie avec support informatique

**Plan de cours :**

Introduction :

-L'ubérisation de la communication

- la communication digitale

Identification des supports et des potentialités

Création d'une stratégie digitale

La communication digitale au service des organisations sportives

**Bibliographie indicative :**

« Comment le web change le monde », de F. Pisani et D. Piotet

« Management de la fidélisation », de Lars Meyer Waarden

« Marketing digital », de Jean-Louis Martinez

« e-marketing, à l'heure du web 2.0 », de Catherine Viot

« Le vendeur de thé qui changea le monde avec un hashtag », de François Saltiel