

**Le Marketing dans l'Industrie du Sport – MKG5316-30**

**Cours à option du baccalauréat**

**Hiver 2019**

**3 crédits**

**Mercredi, de 9h30 à 12h30**

**Professeur:** André Richelieu, PhD  
**Salle de cours :** DS-1570 (À valider avant la première séance).  
**Courriel:** [richelieu.andre@uqam.ca](mailto:richelieu.andre@uqam.ca) ; [arichelieu@yahoo.com](mailto:arichelieu@yahoo.com)  
**Site web personnel :** [www.andrerichelieu-sportsmarketing.com](http://www.andrerichelieu-sportsmarketing.com)  
**Téléphone :** (514) 987-3000 Ext. 2027  
**Disponibilités :** Sur rendez-vous.

---

**Site web du cours:** <http://www.moodle.uqam.ca>

**Support technique:** [moodle-etudiants@uqam.ca](mailto:moodle-etudiants@uqam.ca)

---

## TABLE DES MATIÈRES

I	Description du cours.....	2
II	Sujets et objectifs du cours.....	3
III	Évaluation et barème de notation .....	5
IV	Bibliographie .....	15
V	Plan des séances.....	16
VI	Fiche d'évaluation croisée.....	19

### I. DESCRIPTION DU COURS

L'objectif principal de ce cours est de poser les fondations du marketing et de la gestion du sport, à un moment où l'industrie fait face à des transformations majeures. Ces dernières sont provoquées, entre autres, par la technologie, les médias mais aussi, il est vrai, par l'argent.

Ce cours se penchera sur les différents acteurs de l'industrie, soit les équipes, les joueurs, les fédérations, les événements, les commanditaires, les équipementiers, les gestionnaires, etc. Nous établirons des parallèles et procéderons à des comparaisons entre l'Amérique du Nord et le reste du monde, à l'aide d'exemples concrets et des résultats de recherches récentes menées par le professeur. Ce cours élargira nos horizons sur le marketing du sport et sur ce que l'on appelle aujourd'hui le 'sportainment'.

Le cours s'adresse à deux types d'étudiants<sup>1</sup> : premièrement, ceux qui veulent en apprendre davantage sur les rouages du marketing et de la gestion dans l'industrie du sport, par curiosité ou intérêt personnel; deuxièmement, les étudiants qui souhaiteraient, un jour, travailler en gestion du sport.

Tout au long de ce cours, les étudiants seront invités à développer des compétences académiques et pratiques en marketing et gestion du sport. Les étudiants seront exposés

---

<sup>1</sup> L'usage du masculin est utilisé pour alléger le texte.

à la théorie et à la pratique du marketing et de la gestion du sport, pour ainsi être outillés à comprendre ce qui se cache derrière un concept, une situation ou une décision managériale dans le monde du sport. Les étudiants seront également confrontés aux nombreux aspects éthiques du sport, tels le dopage, la corruption, les matches truqués, etc.

## **II. SUJETS ET OBJECTIFS DU COURS**

Le cours sera articulé autour des onze points suivants :

- Les grandes tendances dans l'industrie du sport aujourd'hui;
- Le 'sportainment' ou fusion du sport et du divertissement;
- Des 'consommacteurs' aux 'fan-acteurs', co-créateurs de leur expérience et ambassadeurs potentiels de la marque d'une organisation ou d'un acteur sportif;
- La construction et la gestion de la marque d'une organisation ou d'un acteur du sport;
- Les stratégies de marque dans l'industrie du sport, telles les extensions de marque, le co-branding, le 'lifestyle branding', le rétro-marketing et le 'storytelling';
- Le développement d'une proposition de valeur pour les partisans via les stratégies de prix;
- L'étude des arénas et des stades multifonctionnels;
- Le 'place branding', ainsi que l'organisation et la gestion des événements sportifs, de petite ou de grande envergure;
- Les enjeux et défis éthiques, ainsi que leurs répercussions sur l'intégrité du sport;
- Le sport pour le développement et la paix;
- L'internationalisation d'une marque de sport dans le contexte de la mondialisation.

Par ailleurs, les objectifs principaux du cours se résument comme suit :

- Initier les étudiants aux transformations de l'industrie du sport et les amener à développer un sens critique face aux enjeux auxquels font face les organisations et acteurs du sport;
- Poser les fondations du marketing du sport, au-delà des '4Ps' traditionnels;
- Acquérir les connaissances et développer les compétences pour relever les défis et saisir les opportunités qui se présentent à une organisation ou à un acteur sportif;
- Faire réfléchir les étudiants sur les nombreux enjeux éthiques du sport.

**Nota bene 1 : Pour profiter au maximum de ce cours passionnant et atteindre les objectifs d'apprentissage, les étudiants devront s'impliquer sérieusement ou s'abstenir de s'y inscrire. Votre SUCCÈS en dépend!**

**Nota bene 2 : Aucun enregistrement audio ou vidéo du cours n'est permis, peu importe les raisons ou circonstances.**

**Nota bene 3 : Les retards et les vas et viens ne seront pas acceptés.**

**Nota bene 4 : Utilisation des appareils électroniques en classe**

- **Ordinateurs personnels et tablettes électroniques : Leur utilisation n'est permise que pour la prise de note, les activités demandées par le professeur à des fins pédagogiques et l'accès au site du cours sur 'moodle'. Toute autre utilisation non pertinente à la séance de cours (navigation Internet personnelle, communication entre étudiants, courriels, etc.) est proscrite.**

- **Téléphones dits ‘intelligents’ : Leur utilisation est interdite durant le cours. Les appareils doivent être éteints avant que les étudiants n’entrent en classe, à moins que le professeur en permette l’usage à des fins pédagogiques.**

### III. ÉVALUATION ET BARÈME DE NOTATION

Les apprentissages des étudiants seront évalués au travers des six modes suivants :

1. Le quiz sportif de la rentrée (**23 janvier 2019**) : **10%**.
2. L’analyse et la présentation d’une thématique hebdomadaire (**à partir du 23 janvier**) : **10%**.
3. L’examen intra (**13 février**) : **20%**.
4. La présentation d’un plan marketing, incluant la remise d’un rapport écrit en format power point (**10 avril**) : **25%**.
5. L’examen final (**17 avril**) : **30%**.
6. La contribution individuelle au cours : **5% (tout au long de la session)**.

#### 1. Quiz sportif de la rentrée (10%).

Afin d’impliquer, d’entrée de jeu, les étudiants dans leurs apprentissages sur les rouages de l’industrie du sport, nous tiendrons le quiz sportif de la rentrée dès la troisième séance de cours. Sur la base des lectures à faire jusqu’au **23 janvier** inclusivement, ainsi que de tout le contenu traité jusqu’à cette date, les étudiants répondront individuellement à un test composé de questions à réponses brèves en un maximum de vingt-cinq minutes.

**Nota bene : Aucun quiz de reprise, peu importe les raisons.**

#### 2. Analyse et présentation d’une thématique hebdomadaire (10%).

À partir du **23 janvier**, les étudiants entreront en scène!

**En quoi consiste le travail?** Chaque semaine, nous traiterons d'une ou de deux thématiques spécifiques. Chaque équipe, composée de 5, 6 ou 7 personnes, en fonction du nombre d'inscrits, aura 25 minutes, maximum, pour analyser et présenter ladite thématique sous un angle particulier (voir la liste des sujets ci-dessous). Premiers arrivés, premiers servis, puisque le sujet est unique à chaque groupe :

23 janvier : Des 'consommateurs' aux 'fan-acteurs'.

30 janvier : La construction et la gestion d'une marque sportive : Similitudes et différences entre une organisation sportive et un athlète.

6 février : Les stratégies de marque gagnantes dans le sport.

20 février : La stratégie des prix dynamiques dans le sport.

6 mars : Les stades multifonctionnels.

13 mars : Le 'place branding' via le sport.

13 mars : L'organisation des événements sportifs : Opportunités et risques pour les petits et grands événements.

20 mars : Les enjeux éthiques du sport et leur menace pour l'intégrité de l'industrie.

3 avril : Le sport pour le développement et la paix.

3 avril : Les stratégies d'internationalisation d'une marque sportive.

**Quels sont les critères d'évaluation?** Trois critères composent la note de cet exercice (10 points au total) :

- La qualité du contenu de la présentation : Recherche, analyse et exemples pertinents récents [trois exemples vidéo, au minimum, de quatre ans ou moins, en format youtube] (6 points);
- La qualité esthétique du matériel visuel (power point, agencement du texte, couleurs et images, orthographe, etc.) (2 points);
- Les habiletés de communication orale du groupe et le respect du temps imparti (2 points).

En ce qui a trait à la **structure** de présentation de l'exposé, je vous recommande fortement de suivre le plan ci-dessous :

- L'introduction et la définition de la thématique présentée;
- Les éléments de détail qui permettent de comprendre la thématique, par exemple ses différentes formes s'il y a lieu, ses avantages et inconvénients si l'étude de votre sujet s'y prête, les exemples qui permettent d'illustrer vos propos, etc.;
- Les comparaisons possibles entre différents pays et cultures quant à la thématique étudiée (n'ayez pas peur d'explorer ce qui se fait ailleurs dans le monde!);
- Les perspectives d'avenir et vos recommandations;
- La conclusion et la synthèse de votre exposé;
- Une question de débat ou un jeu qui vous permettra de lancer une discussion avec la classe et de cristalliser les apprentissages liés à votre exposé. Cette question ou ce jeu se tiendra après les 25 minutes qui vous sont imparties pour faire votre prestation sur scène.
- Par la suite, le professeur procédera à une synthèse et complétera le contenu que les étudiants auront contribué à bâtir. Il s'agit donc d'une approche pédagogique de co-création des apprentissages.

**Que remettre au professeur?** Les étudiants devront remettre, avant leur entrée en scène, un document qui inclut les éléments suivants :

- Une copie des acétates, en noir et blanc, boudinée de manière professionnelle;
- Une liste des références consultées afin de préparer l'exposé;
- Une fiche d'évaluation croisée remplie par chaque membre d'équipe. La fiche se trouve à la fin du plan de cours. Les notes de chaque membre seront ajustées si nécessaire.

**En outre**, la présentation en format électronique, incluant les liens Internet des vidéos utilisées (en format youtube, svp), sera envoyée par courriel au professeur au plus tard la veille de votre prestation.

**Nota bene 1 : À défaut de soumettre le document et le fichier électronique dans les délais, en tout ou en partie, des points seront déduits de la note de présentation.**

**Nota bene 2 : Les étudiants obtiendront une note proportionnelle à leur contribution au groupe, basée sur leur prestation sur scène et les évaluations croisées.**

**Nota bene 3 : Une absence le jour de votre exposé se traduira automatiquement par l'attribution d'une note de « 0 ».**

**Quels sont les délais à respecter?** La formation des équipes et le choix de la publicité doivent être finalisés, et l'information transmise par écrit au professeur, au plus tard le **16 janvier à 11h00 am.**

### **3. Examen intra (20%).**

Un examen intra se tiendra le **13 février** durant les heures de cours, à moins d'avis contraire. L'examen sera d'une durée maximale de 90 minutes et sera composé de questions à réponses courtes. L'objectif étant d'évaluer les connaissances fondamentales et la compréhension des concepts de base en marketing et gestion du sport des étudiants.

L'examen intra portera sur toute la matière couverte depuis le début de la session jusqu'à la fin de la séance précédant l'examen, ce qui veut dire : les acétates, les chapitres de livre, les documents et exercices sur 'moodle', les présentations de vos collègues étudiants, les débats, discussions et exemples que nous aurons eus / vus en classe, ainsi que tout autre matériel auquel le professeur vous aura référé.

**Nota bene : Aucun examen de reprise, peu importe les raisons.**

### **4. Présentation d'un plan marketing, incluant la remise du rapport écrit en format power point (25%).**



**En quoi consiste le travail?** En équipe de cinq, six ou sept personnes, selon le nombre d'inscrits, les étudiants réaliseront un plan marketing d'une marque sportive de leur choix, en autant que cette marque ait un potentiel international. **L'échéance du travail est le 10 avril.** Cette marque peut être une équipe, un athlète, une ligue, un événement, un commanditaire, un équipementier, un aréna, etc. Les étudiants se baseront sur les connaissances acquises en classe, de même que sur des données primaires et secondaires qu'ils auront collectées. L'équipe pour ce projet peut être constituée des mêmes membres que pour l'analyse de la thématique hebdomadaire, si vous le souhaitez.

Le projet devra être réel. Le sujet est unique à chaque équipe. Au plus tard le **23 janvier à 11h00**, les équipes et le sujet seront finalisés, et l'information transmise par écrit au professeur.

**Contenu.** Le rapport sera réalisé en format power point et comprendra les sections suivantes :

- Un résumé exécutif d'une page qui souligne les principales conclusions et recommandations de votre rapport (à ne pas confondre avec une introduction, svp!);
- Une introduction;
- Une présentation brève mais précise de votre marque sportive;
- Un plan marketing qui abordera les '4 P' traditionnels, mais aussi les actions marketing mises en place par la marque et des exemples précis d'actions marketing nationales et internationales. À cet égard, vous prendrez soin d'établir des liens avec les concepts appris en classe;
- Une conclusion qui résume le rapport et souligne les perspectives de la marque;
- Une bibliographie;
- Des appendices, si nécessaires.

**Format ET date de remise.** Les instructions suivantes doivent être respectées :

- Le rapport contiendra un maximum de 20 pages, en format power point;
- Les caractères utilisés seront de type Arial, supérieurs ou égaux à 18 pts (cette taille ne s'applique toutefois pas aux graphiques ou figures);
- Le document écrit sera imprimé en couleurs et boudiné;
- Le document sera remis avant que vous entriez sur scène, le **10 avril**;

- Vous devez évaluer votre contribution et celle de vos coéquipiers en utilisant la fiche d'évaluation qui se trouve à la fin du plan de cours. Toutes les fiches d'évaluation complétées doivent être jointes au rapport écrit pour que ce dernier soit considéré comme étant complet. Les membres de l'équipe peuvent décider de remplir une seule feuille pour l'ensemble du groupe. Bien entendu, cette ou ces feuilles d'évaluation ne comptent pas dans le nombre total de pages du rapport. Les notes de chaque membre seront ajustées si nécessaire.

**En plus du rapport écrit**, les étudiants auront un maximum de 10 minutes pour présenter leur recherche. La structure de la présentation orale pourra suivre celle du document power point que vous me remettrez, en sélectionnant les acétates les plus pertinentes afin de respecter les délais qui vous sont impartis.

**Critères d'évaluation**. La présentation et le rapport écrit en format power point seront évalués selon les critères suivants (total de 25 points) :

- Le rapport écrit en format power point : La structure du travail et l'enchaînement de vos idées; La clarté de vos idées et de vos recommandations; L'effort de recherche et d'analyse; Présentation esthétique et professionnelle, incluant la qualité de l'orthographe et de la grammaire, l'espacement, la taille des caractères, le choix des couleurs et l'utilisation de graphiques et d'images; Combinaison adéquate de texte et d'idées sous forme de points ou de tirets (10 points);
- Les habiletés de présentation orale du groupe sur scène : Habiletés d'expression orale; Capacité d'être convaincants; Respect du temps imparti; Prestance sur scène (10 points);
- La qualité d'ensemble de votre rapport et de votre exposé : Sur le fond et sur la forme, quelle est la qualité globale de votre travail? (5 points).

**Nota bene 1 : Un travail remis en retard ne sera pas corrigé.**

**Nota bene 2 : Tous les membres de l'équipe doivent être sur scène lors de la présentation.**

**Nota bene 3 : Une absence le jour de votre exposé se traduira automatiquement par une note de « 0 ».**

**Nota bene 4 : Veuillez me faire parvenir une copie électronique de votre rapport complet, au plus tard le 9 avril.**

#### **5. Examen final (30%).**

L'examen final se tiendra le **17 avril** durant les heures de cours, à moins d'avis contraire. Il s'agit d'un examen cumulatif de 3 heures. L'examen final couvrira toute la matière de la session, ce qui veut dire : les acétates, les chapitres de livre, les documents et vidéos sur 'moodle', les exercices, les présentations de vos collègues étudiants, les débats, discussions et exemples que nous aurons eus / vus en classe, ainsi que tout autre document auquel le professeur vous aura référé. L'examen évaluera la compréhension des concepts-clés et la capacité des étudiants à les appliquer à des situations de marketing du sport.

**Pour cet examen uniquement**, les étudiants auront droit à une feuille de note, manuscrite ou dactylographiée, recto verso, de format 8.5 \* 11 pouces.

**Nota bene : Aucun examen de reprise, peu importe les raisons.**

#### **6. Contribution individuelle au cours (5%).**

Les étudiants seront évalués sur leur contribution au cours tout au long de la session. Cela implique une présence physique et psychologique en classe, des interventions de qualité lors des séances (analyse des cas, exemples, etc.), ainsi que la réalisation des exercices.

Ayez à l'esprit qu'aussi bien le savoir, le savoir-faire et le savoir-être seront considérés dans l'attribution de votre note. Par conséquent, et à titre d'exemples, les retards, les absences et l'utilisation du téléphone portable à des fins personnelles en classe seront sanctionnées.

Dans ce cours, le barème de notation est le suivant :

A+ = 90% et plus	A = 85% à 89.9%	A- = 80% à 84.9%	B+ = 77% à 79.9%
B = 73% à 76.9%	B- = 70% à 72.9%	C+ = 67% à 69.9%	C= 63% à 66.9%
C- = 60% à 62.9%	D+ = 57% à 59.9%	D = 55% à 56.9%	E = Inférieur à 55%.

**Pour que les étudiants obtiennent la note de passage au cours MKG-5316, ils doivent remplir les DEUX conditions suivantes :**

- a. **Obtenir une moyenne générale, sur L'ENSEMBLE DU COURS, d'au-moins 55%, ET**
- b. **Obtenir une moyenne générale de 55% pour les travaux et examens INDIVIDUELS.**  
**Pour ce cours, la pondération des travaux et examens individuels représente 65%.**

**Notez que le Département refusera toute demande de reprise d'examen peu importe le cycle d'étude, dès que l'étudiant se présente en classe et débute la réalisation de l'examen au moment prévu.**

**Veillez également noter que l'évaluation de la prestation sur scène du professeur devrait se dérouler lors de l'une des dernières séances de cours.**

**Étudiants ayant une déficience de type visuelle, auditive, motrice, trouble d'apprentissage, trouble envahissant du développement et trouble de santé mentale**

Les étudiants qui ont une **lettre d'Attestation des mesures d'aménagements académiques** obtenue auprès d'un conseiller de l'**Accueil et soutien aux étudiants en situation de handicap (ASESH)** doivent rencontrer leur professeur au début de la session afin que des mesures d'aménagements en classe ou lors des évaluations puissent être mises en place. Ceux qui ont une déficience ou une incapacité mais qui n'ont pas cette lettre doivent contacter l'**ASESH** au 514-987-3148 ou se présenter au local AB-2300 le plus tôt possible.

En outre, veuillez prendre connaissance des deux encadrés qui suivent :



**Règlement 18 sur les infractions de nature académique**

Tout acte de plagiat, fraude, copiage, tricherie ou falsification de document commis par une étudiante, un étudiant, de même que toute participation à ces actes ou tentative de les commettre, à l'occasion d'un examen ou d'un travail faisant l'objet d'une évaluation ou dans toute autre circonstance, constitue une infraction au sens de ce règlement.

**La liste non limitative des infractions est définie comme suit :**

- la substitution de personnes ;
- l'utilisation totale ou partielle du texte d'autrui en le faisant passer pour sien ou sans indication de référence ;
- la transmission d'un travail aux fins d'évaluation alors qu'il constitue essentiellement un travail qui a déjà été transmis aux fins d'évaluation académique à l'Université ou dans une autre institution d'enseignement, sauf avec l'accord préalable de l'enseignante, l'enseignant ;
- l'obtention par vol, manœuvre ou corruption de questions ou de réponses d'examen ou de tout autre document ou matériel non autorisés, ou encore d'une évaluation non méritée ;
- la possession ou l'utilisation, avant ou pendant un examen, de tout document non autorisé ;
- l'utilisation pendant un examen de la copie d'examen d'une autre personne ;
- l'obtention de toute aide non autorisée, qu'elle soit collective ou individuelle ;
- la falsification d'un document, notamment d'un document transmis par l'Université ou d'un document de l'Université transmis ou non à une tierce personne, quelles que soient les circonstances ;
- la falsification de données de recherche dans un travail, notamment une thèse, un mémoire, un mémoire-crédit, un rapport de stage ou un rapport de recherche.

**Les sanctions liées à ces infractions sont précisées à l'article 3 du [Règlement no 18](#)**

**Vous pouvez consulter sur le site [r18.uqam.ca](http://r18.uqam.ca) des capsules vidéos qui vous en apprendront davantage sur l'intégrité académique et le R18, tout en vous orientant vers les ressources mises à votre disposition par l'UQAM pour vous aider à éliminer le plagiat de vos travaux.**

## **Politique 16 sur le harcèlement sexuel**

Le harcèlement sexuel se définit comme étant un comportement à connotation sexuelle unilatéral et non désiré ayant pour effet de compromettre le droit à des conditions de travail et d'études justes et raisonnables ou le droit à la dignité.

La Politique 16 identifie les comportements suivants comme du harcèlement sexuel :

1. Manifestations persistantes ou abusives d'un intérêt sexuel non désirées.
2. Remarques, commentaires, allusions, plaisanteries ou insultes persistants à caractère sexuel portant atteinte à un environnement propice au travail ou à l'étude.
3. Avances verbales ou propositions insistantes à caractère sexuel non désirées.
4. Avances physiques, attouchements, frôlements, pincements, baisers non désirés.
5. Promesses de récompense ou menaces de représailles, implicites ou explicites, représailles liées à l'acceptation ou au refus d'une demande d'ordre sexuel.
6. Actes de voyeurisme ou d'exhibitionnisme.
7. Manifestations de violence physique à caractère sexuel ou imposition d'une intimité sexuelle non voulue.
8. Toute autre manifestation à caractère sexuel offensante ou non désirée.

Pour plus d'information :

[http://www.instances.uqam.ca/ReglementsPolitiquesDocuments/Documents/Politique\\_n\\_o\\_16.pdf](http://www.instances.uqam.ca/ReglementsPolitiquesDocuments/Documents/Politique_n_o_16.pdf)

Pour rencontrer une personne ou faire un signalement :

Bureau d'intervention et de prévention en matière de harcèlement :

514-987-3000, poste 0886

<http://www.harcelement.uqam.ca>.

#### IV. BIBLIOGRAPHIE

Vous devez vous procurer ce livre :

- Desbordes, M. et A. Richelieu (2018). *Marketing du Sport. Une Vision Internationale*. Bruxelles : De Boeck.

Je vous prie de consulter régulièrement la page de cours sur la plateforme 'moodle' afin d'accéder au matériel pédagogique des séances. Veuillez me contacter par courriel et non pas via le forum de 'moodle', svp.

**Nota bene 1 : SVP, lisez le plan de cours avant d'envoyer des questions pour lesquelles vous détenez les réponses! Le plan de cours est votre guide pour la session!**

**Nota bene 2 : Sans s'y limiter, sachez que le professeur utilisera du matériel en anglais, que ce soit des cas, exemples et vidéos.**

**Nota bene 3 : En classe, le professeur ne répètera pas le livre et ira au-delà des lectures de la semaine. Les lectures hebdomadaires sont un point de départ sur lesquelles nous construirons les séances.**

V. **PLAN DES SÉANCES (Des ajustements peuvent survenir en cours de route).**

Date	Contenu	Lectures	Travail
Semaine 1 9 janvier 2019	Introduction.  Revue du plan de cours.  Objectifs et attentes.  Les grandes tendances dans l'industrie du sport.	Desbordes & Richelieu, Introduction + Chapitre 1.  Articles et autres documents sur 'moodle'.	<u>Formation des équipes pour la présentation thématique hebdomadaire</u> : Noms des coéquipiers, sujet et date à remettre au professeur, par écrit.  <u>Exercice à compléter par les étudiants</u> : Identifier cinq mégatendances dans l'industrie du sport aujourd'hui.
Semaine 2 16 janvier	Le 'sportainment' ou fusion du sport et du divertissement.	Desbordes & Richelieu, Chapitre 7.  Articles et autres documents sur 'moodle'.	Dernier jour pour finaliser votre <u>équipe pour la présentation de la thématique hebdomadaire</u> : Noms des coéquipiers, sujet et date à remettre au professeur, par écrit.
Semaine 3 23 janvier	<b>Quiz sportif de la rentrée.</b>  Les 'fan-acteurs', co-créateurs de leur expérience et ambassadeurs de l'organisation sportive.	Articles et autres documents sur 'moodle'.	Dernier jour pour finaliser les <u>équipes pour le travail de session</u> ; remettre l'info par écrit au professeur.  <u>1 présentation.</u>
Semaine 4 30 janvier	La construction et la gestion de la marque d'une organisation ou d'un acteur du sport.	Desbordes & Richelieu, Chapitre 2.  Articles et autres documents sur 'moodle'.	<u>1 présentation.</u>



Semaine 5 6 février	Les stratégies de marque 'gagnantes' en marketing du sport.	Desbordes & Richelieu, Chapitre 2.  Articles et autres documents sur 'moodle'.	<u>1 présentation.</u>
Semaine 6 13 février	<b>Examen intra.</b>		
Semaine 7 20 février	Le développement d'une proposition de valeur pour les partisans, via les stratégies de prix.	Articles et autres documents sur 'moodle'.	<u>1 présentation.</u>
Semaine 8 27 février	<b>Relâche!</b>		
Semaine 9 6 mars	L'étude des arénas et des stades multifonctionnels.	Desbordes & Richelieu, Chapitre 8.  Articles et autres documents sur 'moodle'.	<u>1 présentation.</u>
Semaine 10 13 mars	Le 'place branding' via le sport.  L'organisation et la gestion des événements sportifs, de petite ou de grande envergure.	Desbordes & Richelieu, Chapitre 3 + Chapitre 5.  Articles et autres documents sur 'moodle'.	<u>2 présentations.</u>
Semaine 11 20 mars	Les enjeux et défis éthiques, ainsi que leurs répercussions sur l'intégrité du sport.	Articles et autres documents sur 'moodle'.	<u>1 présentation.</u>
Semaine 12 27 mars	Le sport pour le développement et la paix.	Desbordes & Richelieu, Chapitre 4.	<u>Deux semaines avant la remise et la présentation du projet de session!</u>

		Articles et autres documents sur 'moodle'.	<u>Présentation de cette thématique le 3 avril.</u>
Semaine 13 3 avril	L'internationalisation d'une marque de sport dans le contexte de la mondialisation.	Desbordes & Richelieu, Chapitre 6 + Conclusion.  Articles et autres documents sur 'moodle'.	<u>1 ou 2 présentations.</u>
Semaine 14 10 avril	<u>L'Entrée des Artistes!</u>  Fin de la matière à couvrir.  Synthèse des synthèses!  Opportunités d'emploi dans le monde du sport.  Préparation à l'examen final.		<u>Présentations orales et remise des travaux de session.</u>  Qu'ai-je appris dans ce cours?  Quelles compétences puis-je apporter à une organisation sportive?  Identification d'opportunités d'emploi et d'études en marketing du sport.
Semaine 15 17 avril	<b>Examen final cumulatif.</b>		

## VI. FICHE D'ÉVALUATION CROISÉE POUR LES PRÉSENTATIONS ORALES

Cette grille est valable pour la présentation de la thématique hebdomadaire **ET** pour le travail de session.

Dans le tableau ci-dessous, veuillez évaluer la contribution de chacun des membres de votre équipe, incluant la vôtre, en attribuant une note pouvant varier de 0 à 100%. Les notes de chaque membre seront ajustées si nécessaire.

Cette fiche est remplie par : \_\_\_\_\_

Nom du membre de l'équipe	Note du membre de l'équipe, en pourcentage
Membre 1 :	Note :
Membre 2 :	Note :
Membre 3 :	Note :
Membre 4 :	Note :
Membre 5 :	Note :
Membre 6 :	Note :
Membre 7 :	Note :

***Bonne session de sport!***