

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

COURS EN LIGNE

Automne 2020

3 crédits

Mercredi, de 9h30 am à 12h30 pm

Professeur:

André Richelieu, PhD

Adresses de courriel:

richelieu.andre@uqam.ca ; arichelieu@yahoo.com

Site web personnel :

<https://www.andrerichelieu-sportsmarketing.com/about/biography/>

Disponibilités :

Sur rendez-vous.

Site web du cours:

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

Support technique:

moodle-etudiants@uqam.ca

I. DESCRIPTION DU COURS

L'objectif principal de ce cours à distance 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, des mouvements sociaux et des enjeux sanitaires liés à la pandémie de Covid-19.

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. 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'étudiants¹ : 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 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 au sens large, les matches truqués, la violence, 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;

¹ L'usage du masculin est utilisé pour alléger le texte.

- 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 un acteur sportif;
- Faire réfléchir les étudiants sur les nombreux enjeux éthiques du sport.

NOTA BENE 1 : LES ÉTUDIANTS SONT RESPONSABLES DE LEURS APPRENTISSAGES. REGARDER LE SPORT OU LE PRATIQUER N'EST PAS UN GAGE DE SUCCÈS DANS CE COURS. À CE TITRE, VOUS DISPENSER D'UN TRAVAIL ASSIDU ET RÉGULIER NE SAURAIT VOUS PERMETTRE D'ATTEINDRE LES OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE. SACHEZ, EN OUTRE, QUE LES STANDARDS SONT ÉLEVÉS. NE VOUS LAISSEZ PAS MÉPRENDRE PAR LE TITRE DU COURS!

NOTA BENE 2 : LA SÉCURITÉ PSYCHOLOGIQUE DU PROFESSEUR ET DES ÉTUDIANTS EST FONDAMENTALE. IL NE SERA TOLÉRÉ AUCUNE FORME D'AGRESSIVITÉ, DE VIOLENCE OU DE MANQUE DE SAVOIR-VIVRE, QUELLE QU'ELLE SOIT.

NOTA BENE 3 : AUCUN ENREGISTREMENT AUDIO OU VIDÉO DU COURS N'EST PERMIS. VOUS DEVEZ ASSISTER AUX SÉANCES VIRTUELLES.

NOTA BENE 4 : AUCUN NOUVEL ÉTUDIANT NE SERA ACCEPTÉ APRÈS LA DEUXIÈME SÉANCE DE COURS (16 SEPTEMBRE).

NOTA BENE 5 : VEUILLEZ NOTER QUE LE PROFESSEUR POURRA COMBINER DES SÉANCES OU DES PARTIES DE SÉANCES EN LIGNE AVEC DES TRAVAUX PRATIQUES AUTONOMES À DISTANCE.

III. ÉVALUATION ET BARÈME DE NOTATION

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

1. L'examen intra (**21 octobre**) : **20%**.
2. Le plan marketing d'une marque de sport (**2 décembre**) : **30%**.

3. L'examen final (**9 décembre**) : **30%**.
4. La contribution hebdomadaire au cours : **20% (tout au long de la session)**.

3.1. Examen intra (20%).

Un examen intra, à distance, se tiendra le **21 octobre** durant les heures de cours. L'examen sera composé de questions à réponses courtes. L'objectif est d'évaluer les connaissances fondamentales et la compréhension des concepts de base en marketing et gestion du sport des étudiants.

L'examen intra, individuel, 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 articles, documents et exercices sur 'moodle', 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.

3.2 Plan marketing d'une marque de sport (30%).

En quoi consiste le travail? En équipe de cinq ou six personnes, 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 2 décembre à 9h30.** 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 virtuelle, de même que sur des données primaires et secondaires qu'ils auront collectées.

Le projet devra être réel. Le sujet est unique à chaque équipe. Au plus tard le **23 septembre à 9h30**, les équipes et le sujet seront finalisés, et l'information transmise par courrier électronique au professeur (arichelieu@yahoo.com).

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);
- Une introduction;
- Une présentation brève mais précise de votre marque sportive;
- Un plan marketing qui abordera les '4 Ps' traditionnels, mais aussi les actions marketing mises en place par la marque et des exemples précis de stratégies 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 et figures);
- Le document écrit sera imprimé en couleurs;
- Le document sera transmis le **2 décembre, au plus tard à 9h30 (arichelieu@yahoo.com)**;
- 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. Bien entendu, ces feuilles d'évaluation ne comptent pas dans le nombre total de pages du rapport. Les notes de chaque membre seront ajustées, si nécessaire.

Critères d'évaluation. Le rapport en format power point sera évalué selon les critères suivants (total de 30 points) :

- 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 (15 points);

- 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);
- 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 : Veuillez me faire parvenir une copie électronique de votre rapport complet, au plus tard le 2 décembre à 9h30 (arichelieu@yahoo.com).

3.3 Examen final (30%).

L'examen final, à distance et individuel, se tiendra le **9 décembre** durant les heures de cours. Il s'agit d'un examen cumulatif. 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 débats, discussions et exemples que nous aurons eus / vus en classe virtuelle, 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.

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

3.4 Contributions hebdomadaires au cours (20%).

L'enseignement est une responsabilité partagée entre le professeur et les étudiants. Ces derniers ne sauraient atteindre les objectifs d'apprentissage du cours sans une implication

régulière et soutenue. Cela est d'autant plus vrai pour un cours en ligne. Dans cette veine, les étudiants doivent non seulement être présents aux séances de cours en ligne; ils doivent y participer.

Ainsi, outre les discussions que nous tiendrons lors des séances virtuelles, les étudiants devront contribuer au forum de discussion, qui se trouve sur 'moodle', de la façon suivante : i) Initier au-moins trois discussions sur des thématiques différentes au cours du trimestre; ET ii) Répondre à au-moins six commentaires émis par ses collègues durant le semestre. Les étudiants seront évalués, à parts égales (4 * 5 points), sur : i) la substance, ii) la qualité, iii) l'assiduité et iv) la régularité de leurs interventions.

Dans ce cours en ligne, 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 70%.

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 (en présentiel ou virtuel) et débute la réalisation de l'examen au moment prévu.

Veuillez également noter que l'évaluation de la prestation sur scène du professeur est du 24 novembre au 7 décembre et doit se dérouler à la 12e ou 13e semaine de cours. À déterminer lors de la signature de l'entente d'évaluation.

Par ailleurs, veuillez prendre connaissance des encadrés qui suivent :

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.

Politique no 44 d'accueil et de soutien des étudiantes, étudiants en situation de handicap

Par sa politique, l'Université reconnaît, en toute égalité des chances, sans discrimination ni privilège, aux étudiantes, étudiants en situation de handicap, le droit de bénéficier de l'ensemble des ressources du campus et de la communauté universitaire, afin d'assurer la réussite de leurs projets d'études, et ce, dans les meilleures conditions possibles. L'exercice de ce droit est, par ailleurs, tributaire du cadre réglementaire régissant l'ensemble des activités de l'Université.

Il incombe aux étudiantes, étudiants en situation de handicap de rencontrer les intervenantes, intervenants (conseillères, conseillers à l'accueil et à l'intégration du Service d'accueil et de soutien des étudiantes, étudiants en situation de handicap, professeures, professeurs, chargées de cours, chargés de cours, direction de programmes, associations étudiantes concernées, etc.) qui pourront faciliter leur intégration à la communauté universitaire ou les assister et les soutenir dans la résolution de problèmes particuliers en lien avec les limitations entraînées par leur déficience.

Le Service d'accueil et de soutien aux étudiantes, étudiants en situation de handicap (SASESH) offre des mesures d'aménagement dont peuvent bénéficier certains étudiants. Nous vous recommandons fortement de vous prévaloir des services auxquels vous pourriez avoir droit afin de réussir vos études, sans discrimination. Pour plus d'information, visitez le site de ce service à l'adresse suivante : <http://vie-etudiante.uqam.ca/etudiant-situation-handicap/nouvelles-ressources.html> et celui de la politique institutionnelle d'accueil et de soutien aux étudiantes, étudiants en situation de handicap :

https://instances.uqam.ca/wp-content/uploads/sites/47/2018/05/Politique_no_44.pdf

Vous devez faire connaître votre situation au SASESH le plus tôt possible :

En personne : 1290, rue Saint-Denis, Pavillon Saint-Denis, local AB-2300

Par téléphone : 514 987-3148

Courriel : situation.handicap@uqam.ca

En ligne : <http://vie-etudiante.uqam.ca/>



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, constituent une infraction au sens de ce règlement.

Les infractions et les sanctions possibles reliées à ces infractions sont précisées aux articles 2 et 3 du [Règlement no 18 sur les infractions de nature académique](#).

Vous pouvez également consulter des capsules vidéos sur le site r18.ugam.ca. Celles-ci 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.

INFO
SPHÈRE

Infosphère est l'un de ces outils indispensables : un guide méthodologique visant à promouvoir les bonnes pratiques en matière de recherche documentaire et de rédaction de travaux. Cet outil vous accompagnera tout au long de vos études et vous permettra d'éviter les pièges du plagiat..

Politique n° 16 visant à prévenir et à combattre le sexisme et les violences à caractère sexuel

Les violences à caractère sexuel se définissent comme étant des comportements, propos et attitudes à caractère sexuel non consentis ou non désirés, avec ou sans contact physique, incluant ceux exercés ou exprimés par un moyen technologique, tels les médias sociaux ou autres médias numériques. Les violences à caractère sexuel peuvent se manifester par un geste unique ou s'inscrire dans un continuum de manifestations et peuvent comprendre la manipulation, l'intimidation, le chantage, la menace implicite ou explicite, la contrainte ou l'usage de force.

Les violences à caractère sexuel incluent, notamment :

- la production ou la diffusion d'images ou de vidéos sexuelles explicites et dégradantes, sans motif pédagogique, de recherche, de création ou d'autres fins publiques légitimes;
- les avances verbales ou propositions insistantes à caractère sexuel non désirées;
- la manifestation abusive et non désirée d'intérêt amoureux ou sexuel;
- les commentaires, les allusions, les plaisanteries, les interpellations ou les insultes à caractère sexuel, devant ou en l'absence de la personne visée;
- les actes de voyeurisme ou d'exhibitionnisme;
- le (cyber) harcèlement sexuel;
- la production, la possession ou la diffusion d'images ou de vidéos sexuelles d'une personne sans son consentement;
- les avances non verbales, telles que les avances physiques, les attouchements, les frôlements, les pincements, les baisers non désirés;
- l'agression sexuelle ou la menace d'agression sexuelle;
- l'imposition d'une intimité sexuelle non voulue;
- les promesses de récompense ou les menaces de représailles, implicites ou explicites, liées à la satisfaction ou à la non-satisfaction d'une demande à caractère sexuel.

Pour plus d'information :

https://instances.uqam.ca/wp-content/uploads/sites/47/2019/04/Politique_no_16_2.pdf

Pour obtenir du soutien ou effectuer un signalement :

Bureau d'intervention et de prévention en matière de harcèlement

514 987-3000, poste 0886

Pour la liste des services offerts en matière de violence à caractère sexuel à l'UQAM et à l'extérieur de l'UQAM : <https://harcelement.uqam.ca/>

Soutien psychologique (Services à la vie étudiante)

514 987-3185 Local DS-2110

Service de la prévention et de la sécurité : 514 987-3131

CONSIGNES POUR LA PARTICIPATION À UN COURS OU À UNE ACTIVITÉ D'ENSEIGNEMENT EN LIGNE



Lors d'un cours ou d'une activité d'enseignement en ligne, le personnel enseignant peut décider, selon le cas, de procéder à l'enregistrement audio ou audiovisuel du cours ou de l'activité d'enseignement. Le personnel enseignant peut partager l'enregistrement uniquement à son groupe-cours.



En cas d'enregistrement, l'étudiante, l'étudiant sera informé au début de la séance.



Il est de la responsabilité de l'étudiante, de l'étudiant de désactiver son microphone et/ou sa caméra s'il ne souhaite pas être enregistré.



À défaut de désactiver son microphone et/ou sa caméra, l'étudiante, l'étudiant, consent à l'enregistrement audio ou audiovisuel, à la conservation, à la rediffusion et à l'utilisation de l'enregistrement de son nom, de sa voix et de son image dans le cadre du cours ou de l'activité en ligne. L'étudiante, l'étudiant reconnaît ne détenir aucun droit dans l'enregistrement.



Sauf avec l'autorisation expresse écrite du personnel enseignant, l'étudiante, l'étudiant reconnaît qu'il est interdit de reproduire, d'enregistrer, de publier, de diffuser, de communiquer ou de partager, par quelque moyen que ce soit, tout ou partie de l'enregistrement d'un cours ou d'une activité d'enseignement en ligne de même que tout matériel pédagogique s'y rattachant.

Une étudiante, un étudiant qui contrevient à ce qui précède s'expose aux sanctions prévues dans les règlements et politiques de l'UQAM ou à tout recours légal, notamment en vertu de la Loi sur le droit d'auteur.

IV. BIBLIOGRAPHIE

Vous devez vous procurer le livre ci-dessous et faire les lectures correspondantes :

- Desbordes, M. et A. Richelieu (2018). *Marketing du Sport. Une Vision Internationale*. Bruxelles, Belgique : De Boeck.
- Le livre suivant est une alternative qui pourrait intéresser des étudiants, d'autant plus qu'il est également offert en version '[e-book](#)' : Desbordes, M. et A. Richelieu (2019). *International Sport Marketing: Contemporary Issues and Practice*. Londres, Grande-Bretagne: Routledge

Je vous prie de consulter régulièrement la page de cours sur la plateforme 'moodle' afin d'accéder au matériel pédagogique des séances. **Veillez me contacter par courriel en précisant votre groupe-cours, svp. Je répondrais si vous n'avez pas déjà la réponse à portée de main (par exemple, dans ce plan de cours).**

Nota bene 1 : Sans s'y limiter, sachez que le professeur utilisera du matériel en anglais, que ce soit des cas, exemples et vidéos.

Nota bene 2 : En séance de cours virtuelle, le professeur ne répètera pas le livre et ira au-delà des lectures de la semaine. Les lectures hebdomadaires sont un point de départ qui auront été faites par les étudiants et 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 septembre 2020	Introduction. Plan de cours à consulter avec soin. Attentes et exigences d'un cours en ligne. Les grandes tendances dans l'industrie du sport.	Desbordes & Richelieu, Introduction + Chapitre 1. Articles et autres documents sur 'moodle'.	<u>Exercice à compléter par les étudiants</u> : Identifier cinq mégatendances dans l'industrie du sport, aujourd'hui ± A quoi pourrait ressembler l'industrie du sport de demain, après la pandémie de Covid-19? Exercices sur 'moodle'.
Semaine 2 16 septembre	Le 'sportainment' ou la fusion du sport et du divertissement.	Desbordes & Richelieu, Chapitre 7. Articles et autres documents sur 'moodle'.	Exercices sur 'moodle'.
Semaine 3 23 septembre	Les 'fan-acteurs', co-créateurs de leur expérience et ambassadeurs de l'organisation sportive.	Articles et autres documents sur 'moodle'.	<u>Dernier jour pour finaliser les équipes pour le travail de session; transmettre l'information par courriel au professeur.</u> Exercices sur 'moodle'.
Semaine 4 30 septembre	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'.	Exercices sur 'moodle'.

Semaine 5 7 octobre	Les stratégies de marque 'gagnantes' en marketing du sport.	Desbordes & Richelieu, Chapitre 2. Articles et autres documents sur 'moodle'.	Exercices sur 'moodle'.
Semaine 6 14 octobre	Le développement d'une proposition de valeur pour les partisans, via les stratégies de prix. Préparation à l'examen intra.	Articles et autres documents sur 'moodle'.	Exercices sur 'moodle'.
Semaine 7 21 octobre	Examen intra.		
Semaine 8 28 octobre	Les arénas et les stades multifonctionnels.	Desbordes & Richelieu, Chapitre 8. Articles et autres documents sur 'moodle'.	Exercices sur 'moodle'.
Semaine 9 4 novembre	Le 'place branding' via le sport. <u>ET</u> 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'.	Exercices sur 'moodle'.
Semaine 10 11 novembre	Les enjeux et défis éthiques, ainsi que leurs répercussions sur l'intégrité du sport.	Articles et autres documents sur 'moodle'.	Exercices sur 'moodle'.
Semaine 11 18 novembre	Le sport pour le développement et la paix.	Desbordes & Richelieu, Chapitre 4.	Exercices sur 'moodle'.

		Articles et autres documents sur 'moodle'.	
Semaine 12 25 novembre	L'internationalisation d'une marque de sport dans le contexte de la mondialisation.	Desbordes & Richelieu, Chapitre 6. Articles et autres documents sur 'moodle'.	Exercices sur 'moodle'.
Semaine 13 2 décembre	Fin de la matière. Synthèse des synthèses. Opportunités d'emploi dans le monde du sport. Préparation à l'examen final.	Desbordes & Richelieu, Conclusion. Articles et autres documents sur 'moodle'.	<u>Remise des travaux de session.</u> Qu'ai-je appris dans ce cours? Quelles compétences puis-je apporter à une organisation sportive? Identification des opportunités d'emploi et d'études en marketing du sport. Exercices sur 'moodle'.
Semaine 14 9 décembre	Examen final cumulatif.		
Semaine 15 16 décembre	Début de la rétroaction finale sur les apprentissages des étudiants.		

VI. FICHE D'ÉVALUATION CROISÉE POUR LE PROJET 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 de l'équipe (sujet) : _____

Nom du membre de l'équipe	Note du membre de l'équipe, en pourcentage (0 à 100%).
Membre 1 :	Note :
Membre 2 :	Note :
Membre 3 :	Note :
Membre 4 :	Note :
Membre 5 :	Note :
Membre 6 :	Note :

Bonne session de sport!