

Sport et communication

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 48.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences et techniques des activités physiques et sportives
- > Code ELP : 4S7M7004

Présentation

La partie CM permettra d'aborder trois domaines :

1. Une approche socio-économique des relations sport / entreprise depuis le début du XXème siècle (panorama historique, modalités concrètes de mobilisation du sport, impact socio-économique, fondements idéologiques, etc.)
2. Une approche socio-culturelle du spectacle sportif dans les sociétés contemporaines (fonctions sociales, dimension symbolique, enjeux économiques et en termes de communication, etc.).
3. Une approche des enjeux de la communication dans le secteur sportif (stratégie de sponsoring, relations entre sport et médias...).

La partie TD visera à initier les étudiants à certains outils de conception graphique (logiciel Indesign) et à présenter divers éléments de la stratégie de communication liée à l'organisation d'un événement ou à la promotion de produits sportifs.

Objectifs

Cet enseignement a pour objectif d'aborder le sport dans sa dimension de ressource managériale (sport d'entreprise) ou encore d'appréhender les fonctions

culturelles, économiques et sociales du spectacle sportif. On traitera également les enjeux liés à sa médiatisation, tant pour les entreprises sponsors que pour les acteurs sportifs. Les séances de TD permettront d'aborder la conception et l'analyse de supports de communication (storytelling, ligne muséographique, campagne de vintage, livre commémoratif, film publicitaire, affiches...)

Évaluation

Session 1 :

Mode standard :

Partie CM (2/3 de la note de l'EC) : examen sur table

Partie TD (1/3 de la note de l'EC) :

* Remise d'un dossier relatif à la partie conception graphique (50%)

* Épreuve écrite sur table réalisée en même temps que l'épreuve de CM (50%)

Mode dérogatoire :

Partie CM (2/3 de la note de l'EC) : examen sur table

Partie TD (1/3 de la note de l'EC) : épreuve écrite sur table réalisée en même temps que l'épreuve de CM

Session 2

Modes standard et dérogatoire : épreuve écrite sur table

Compétences visées

Appréhender la manière dont le sport est mobilisé à des fins de communication.

Pouvoir élaborer des supports de communication (affiche, flyer...).

Utiliser des documents d'archives (privées et publiques) dans la communication et le marketing des marques.

Bibliographie

BLAY, J.P. « Quelle est la place de l'Histoire en entreprise ? » in Harvard Business Review, dec. 2019.

BROHM J-M., *Sociologie politique du sport*. Presse Universitaire de Nancy, 1992[1976].

EHRENBERG A., *Le Culte de la performance*. Calmann-Levy, 1991.

PIERRE J., *Le sport en entreprise. Enjeux de sociétés.*
Economica, 2015.

VIGARELLO G., *Du jeu ancien au show sportif. La naissance
d'un mythe.* Seuil, 2002.

Ressources pédagogiques

Texte du lien : <https://coursenligne.parisnanterre.fr/>

Site Web : <https://ufr-staps.parisnanterre.fr/>

Mots-clés : événement sportif ; management ;
communication ; médias

Contact(s)

> Marine Souci

Responsable pédagogique
cordi000@parisnanterre.fr

> Yan Dalla pria

Responsable pédagogique
ydallapria@parisnanterre.fr