

LIVRET DE L'ÉTUDIANT

MASTER 2

Économie des organisations

Parcours Stratégies économiques
du sport et du tourisme (SEST)

Enseignement à distance

Formation initiale

Formation continue

Formation en contrat d'apprentissage

2025-2026

Qualiopi 
processus certifié

 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

L'article L. 6316-4 II du code du travail
reconnait la qualité de l'établissement
d'enseignement supérieur au titre
des 4 catégories d'actions concourant
au développement des compétences

Université Grenoble Alpes
Faculté d'Économie
CS 40700
38058 Grenoble Cedex 9



SOMMAIRE

- 3 Introduction
- 4 Calendrier prévisionnel
- 5 Planning universitaire
- 6 Organisation générale des enseignements et règles de calcul
- 7 Examens
- 8 Présentation de l'équipe EAD
- 9-22 Syllabi

BIENVENUE DANS LE MASTER SEST !

Nous sommes heureux de vous accueillir au sein de la promotion d'étudiants en enseignement à distance (EAD) du Master SEST pour vous accompagner dans la construction de votre projet professionnel.

Vous trouverez dans ce livret les principales informations relatives à l'organisation de cette année universitaire¹.

VOUS AVEZ DES QUESTIONS ?

Si elles sont de nature administrative, adressez-vous au secrétariat pédagogique. Si elles sont d'ordre pédagogique et portent sur un module d'enseignement en particulier, contactez directement l'enseignant concerné dont les coordonnées figurent dans ce livret et sur les polycopiés de cours.

Chaque enseignant est responsable de son cours, de sa pédagogie et de ses examens. Si vos interrogations ou doutes sont d'ordre plus général, contactez Flora CHARRIEAU, qui assure la responsabilité pédagogique du Master SEST en EAD.

Je vous souhaite, au nom de l'ensemble de l'équipe pédagogique et du secrétariat, une année enthousiasmante qui vous conduira vers un bel horizon professionnel !

Flora CHARRIEAU

Responsable pédagogique de la formation en EAD

POUR EN SAVOIR PLUS

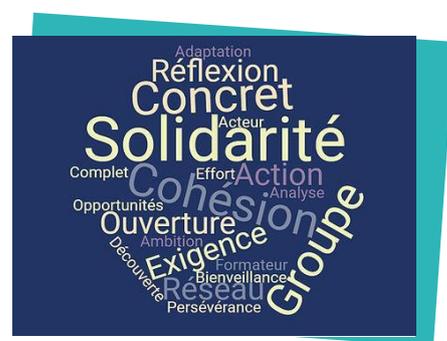
Site internet du Master SEST : www.mastersest.fr

Et retrouvez l'actualité du master SEST sur les réseaux sociaux

 [Linkedin](#)

 [Instagram \(masterSEST\)](#)

 [Facebook \(MasterSEST\)](#)



CALENDRIER PRÉVISIONNEL 2025-2026

PLANNING 2025/2026 - CONTRAT D'APPRENTISSAGE - enseignement à distance
 Master 2 ECONOMIE DES ORGANISATIONS parcours Stratégies économiques du sport et du tourisme - EAD
 Formation du 1er octobre 2025 au 30 septembre 2026



	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DECEMBRE	JANVIER	FÉVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUN	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE
lun 01	mer 01	7 jan 01	7 jan 01	7 jan 01	7 jan 01	7 jan 01	7 jan 01	7 jan 01	7 jan 01	7 jan 01	7 jan 01	7 jan 01	7 jan 01
mar 02	7 jan 02	7 jan 02	7 jan 02	7 jan 02	7 jan 02	7 jan 02	7 jan 02	7 jan 02	7 jan 02	7 jan 02	7 jan 02	7 jan 02	7 jan 02
mer 03	7 jan 03	7 jan 03	7 jan 03	7 jan 03	7 jan 03	7 jan 03	7 jan 03	7 jan 03	7 jan 03	7 jan 03	7 jan 03	7 jan 03	7 jan 03
7 jan 04	7 jan 04	7 jan 04	7 jan 04	7 jan 04	7 jan 04	7 jan 04	7 jan 04	7 jan 04	7 jan 04	7 jan 04	7 jan 04	7 jan 04	7 jan 04
7 jan 05	7 jan 05	7 jan 05	7 jan 05	7 jan 05	7 jan 05	7 jan 05	7 jan 05	7 jan 05	7 jan 05	7 jan 05	7 jan 05	7 jan 05	7 jan 05
7 jan 06	7 jan 06	7 jan 06	7 jan 06	7 jan 06	7 jan 06	7 jan 06	7 jan 06	7 jan 06	7 jan 06	7 jan 06	7 jan 06	7 jan 06	7 jan 06
7 jan 07	7 jan 07	7 jan 07	7 jan 07	7 jan 07	7 jan 07	7 jan 07	7 jan 07	7 jan 07	7 jan 07	7 jan 07	7 jan 07	7 jan 07	7 jan 07
7 jan 08	7 jan 08	7 jan 08	7 jan 08	7 jan 08	7 jan 08	7 jan 08	7 jan 08	7 jan 08	7 jan 08	7 jan 08	7 jan 08	7 jan 08	7 jan 08
7 jan 09	7 jan 09	7 jan 09	7 jan 09	7 jan 09	7 jan 09	7 jan 09	7 jan 09	7 jan 09	7 jan 09	7 jan 09	7 jan 09	7 jan 09	7 jan 09
7 jan 10	7 jan 10	7 jan 10	7 jan 10	7 jan 10	7 jan 10	7 jan 10	7 jan 10	7 jan 10	7 jan 10	7 jan 10	7 jan 10	7 jan 10	7 jan 10
7 jan 11	7 jan 11	7 jan 11	7 jan 11	7 jan 11	7 jan 11	7 jan 11	7 jan 11	7 jan 11	7 jan 11	7 jan 11	7 jan 11	7 jan 11	7 jan 11
7 jan 12	7 jan 12	7 jan 12	7 jan 12	7 jan 12	7 jan 12	7 jan 12	7 jan 12	7 jan 12	7 jan 12	7 jan 12	7 jan 12	7 jan 12	7 jan 12
7 jan 13	7 jan 13	7 jan 13	7 jan 13	7 jan 13	7 jan 13	7 jan 13	7 jan 13	7 jan 13	7 jan 13	7 jan 13	7 jan 13	7 jan 13	7 jan 13
7 jan 14	7 jan 14	7 jan 14	7 jan 14	7 jan 14	7 jan 14	7 jan 14	7 jan 14	7 jan 14	7 jan 14	7 jan 14	7 jan 14	7 jan 14	7 jan 14
7 jan 15	7 jan 15	7 jan 15	7 jan 15	7 jan 15	7 jan 15	7 jan 15	7 jan 15	7 jan 15	7 jan 15	7 jan 15	7 jan 15	7 jan 15	7 jan 15
7 jan 16	7 jan 16	7 jan 16	7 jan 16	7 jan 16	7 jan 16	7 jan 16	7 jan 16	7 jan 16	7 jan 16	7 jan 16	7 jan 16	7 jan 16	7 jan 16
7 jan 17	7 jan 17	7 jan 17	7 jan 17	7 jan 17	7 jan 17	7 jan 17	7 jan 17	7 jan 17	7 jan 17	7 jan 17	7 jan 17	7 jan 17	7 jan 17
7 jan 18	7 jan 18	7 jan 18	7 jan 18	7 jan 18	7 jan 18	7 jan 18	7 jan 18	7 jan 18	7 jan 18	7 jan 18	7 jan 18	7 jan 18	7 jan 18
7 jan 19	7 jan 19	7 jan 19	7 jan 19	7 jan 19	7 jan 19	7 jan 19	7 jan 19	7 jan 19	7 jan 19	7 jan 19	7 jan 19	7 jan 19	7 jan 19
7 jan 20	7 jan 20	7 jan 20	7 jan 20	7 jan 20	7 jan 20	7 jan 20	7 jan 20	7 jan 20	7 jan 20	7 jan 20	7 jan 20	7 jan 20	7 jan 20
7 jan 21	7 jan 21	7 jan 21	7 jan 21	7 jan 21	7 jan 21	7 jan 21	7 jan 21	7 jan 21	7 jan 21	7 jan 21	7 jan 21	7 jan 21	7 jan 21
7 jan 22	7 jan 22	7 jan 22	7 jan 22	7 jan 22	7 jan 22	7 jan 22	7 jan 22	7 jan 22	7 jan 22	7 jan 22	7 jan 22	7 jan 22	7 jan 22
7 jan 23	7 jan 23	7 jan 23	7 jan 23	7 jan 23	7 jan 23	7 jan 23	7 jan 23	7 jan 23	7 jan 23	7 jan 23	7 jan 23	7 jan 23	7 jan 23
7 jan 24	7 jan 24	7 jan 24	7 jan 24	7 jan 24	7 jan 24	7 jan 24	7 jan 24	7 jan 24	7 jan 24	7 jan 24	7 jan 24	7 jan 24	7 jan 24
7 jan 25	7 jan 25	7 jan 25	7 jan 25	7 jan 25	7 jan 25	7 jan 25	7 jan 25	7 jan 25	7 jan 25	7 jan 25	7 jan 25	7 jan 25	7 jan 25
7 jan 26	7 jan 26	7 jan 26	7 jan 26	7 jan 26	7 jan 26	7 jan 26	7 jan 26	7 jan 26	7 jan 26	7 jan 26	7 jan 26	7 jan 26	7 jan 26
7 jan 27	7 jan 27	7 jan 27	7 jan 27	7 jan 27	7 jan 27	7 jan 27	7 jan 27	7 jan 27	7 jan 27	7 jan 27	7 jan 27	7 jan 27	7 jan 27
7 jan 28	7 jan 28	7 jan 28	7 jan 28	7 jan 28	7 jan 28	7 jan 28	7 jan 28	7 jan 28	7 jan 28	7 jan 28	7 jan 28	7 jan 28	7 jan 28
7 jan 29	7 jan 29	7 jan 29	7 jan 29	7 jan 29	7 jan 29	7 jan 29	7 jan 29	7 jan 29	7 jan 29	7 jan 29	7 jan 29	7 jan 29	7 jan 29
7 jan 30	7 jan 30	7 jan 30	7 jan 30	7 jan 30	7 jan 30	7 jan 30	7 jan 30	7 jan 30	7 jan 30	7 jan 30	7 jan 30	7 jan 30	7 jan 30
7 jan 31	7 jan 31	7 jan 31	7 jan 31	7 jan 31	7 jan 31	7 jan 31	7 jan 31	7 jan 31	7 jan 31	7 jan 31	7 jan 31	7 jan 31	7 jan 31
Heures mois	0	49	42	42	28	35	35	35	35	42	21	14	21
regroupement		14											
examens					12								4
Total heures de présence en formation													399
Total heures de regroupement													14
Total heures de présence en examen													28
Volume total LGA													441
Total heures de présence en formation													16h TD
méthodo m lundi 24/03 matin et mardi 24/03 après les exams													
Fermeture pédagogique													
Jours fériés													

PLANNING UNIVERSITAIRE

Volume total d'heures de la formation : 441h

L'enseignement à distance vous permet d'organiser librement votre planning. Un travail régulier est cependant fortement conseillé. Pour cela des interactions régulières avec l'équipe pédagogiques sont organisées.

Les dates ci-après sont prévisionnelles, un planning précis sera transmis à la Toussaint

REGROUPEMENTS

Chaque semestre s'accompagne d'un regroupement pendant 2 jours à la faculté d'économie. Ce regroupement est l'occasion de rencontrer, outre les autres étudiants en EAD, tous les enseignants afin d'échanger sur le contenu de leurs enseignements, leurs modalités d'évaluation ou toute autre question pédagogique.

Pour des raisons de qualité de formation et d'engagement réciproque attendu des enseignants et des futurs professionnels formés par le Master SEST.

Ce regroupement en présentiel est obligatoire pour les étudiants en alternance. Il n'est pas retransmis en visio, sauf pour un.e étudiant.e résidant hors de France métropolitaine.

Regroupement du semestre 1 : mardi 7 et mercredi 8 octobre

Regroupement du semestre 2 : jeudi 15 et vendredi 16 janvier

Regroupement méthodologie mémoire : lundi 23 et mardi 24 mars

RENDEZ-VOUS INTERMEDIARES AVEC LES ENSEIGNANTS

Afin de maintenir le lien et vous encourager à un travail régulier après le regroupement, une visio est organisée une fois par semaine de 18h à 19h (un lundi, mardi, mercredi ou jeudi, planning précis transmis à la Toussaint) avec un enseignant du Master. Vous pourrez ainsi faire le point sur son cours et mieux préparer les examens.

POINT MENSUEL AVEC LA RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE

Une réunion en visio (30mn) avec Flora Charrieau, la responsable pédagogique, permettant de faire le point sur la formation, faire remonter des difficultés, lever des doutes ou échanger autour de toute question, a lieu une fois par mois (le planning précis sera fixé avec les étudiants).

ORGANISATION GÉNÉRALE DES ENSEIGNEMENTS ET RÈGLES DE CALCUL

La formation est organisée en 2 semestres d'enseignements. Chaque semestre est constitué d'unités d'enseignements (UE) qui se compensent entre elles tant que les UE ont une note supérieure ou égale à 07/20, à l'exception de l'UE5 (Stage et mémoire). Lorsque les UE sont composées de plusieurs matières, ces dernières se compensent également entre elles.

L'année est validée si les résultats de l'étudiant satisfont simultanément trois conditions :

1. Moyenne de chaque semestre $\geq 10/20$ (non compensation des semestres)
2. Note à l'UE5 (Stage et mémoire) $\geq 10/20$ (non compensable avec les autres UE)
3. Aucune note < 07 dans les autres UE

Un étudiant ne validant pas un semestre en première session est soumis aux modalités d'évaluation de la session de rattrapage, dite session 2. **ATTENTION !** La note obtenue en session 2, quelle qu'elle soit, annule la note obtenue en session 1.

Il est possible de repasser en session 2 les matières de son choix dont la note est < 10 qui figurent dans une UE < 10 et dans un semestre non validé. En cas de non présentation à cet examen de session 2 se traduit par le report de la note obtenue en session 1.

La possibilité de se présenter en session 2 lorsque le semestre n'est pas validé est une obligation dès lors que la moyenne à l'UE est $< 07/20$.

Dans ce cas, la non présentation à cet examen obligatoire constitue une défaillance (et non pas un 00/20) qui bloque de fait la validation du diplôme.

La moyenne de chaque semestre est calculée sur la base suivante :

SEMESTRE 9	COEFFICIENT
UE1 : Économie du sport et du tourisme	
Séminaire d'économie du sport et du tourisme	2
Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE)	1
Économie et management du sport professionnel et des fédérations sportives	2
Impacts et retombées économiques des événements	1
UE2 : Marketing, communication, événementiel	
Service management and experiential marketing	3
Conception de l'événement sportif et touristique	2
Communication et stratégies marketing	2
E-business et stratégies digitales	1

SEMESTRE 10	COEFFICIENT
UE3 : Analyse de projets des organisations sportives et touristiques	
Analyse de projet appliquée au sport et au tourisme	2
Développement territorial touristique	2
Droit du sport	1
Droit du tourisme	1
UE4 : Infrastructures ludo-sportives et stratégies territoriales	
Économie, conception et gestion des équipements récréatifs	1,5
Institutions et stratégies sportives territoriales	1,5
Gestion des clubs sportifs et politiques sportives communales	1,5
UE5 : Périodes de Professionnalisation	
Alternance /FI et FC : mission/stage en entreprise, mémoire et soutenance	6

EXAMENS

Pour des raisons de cohérence pédagogique et afin de lisser la charge de travail, le cours Analyse de projet (comptant dans le calcul de la moyenne du S2) est évalué au S1. Inversement, le cours de Conception de l'événement sportif et touristique (comptant dans le calcul de la moyenne du S1) est évalué au S2.

PREMIÈRE SESSION

La nature de l'examen de chaque enseignement (dossier, oral, devoir sur table) figure de manière indicative dans ce livret (infra). Les modalités et les attentes sont détaillées dans le polycopié spécifique à chaque enseignement.

Matières évaluées lors de la session d'examen du premier semestre (si devoirs sur table : mardi 13 et mercredi 14 janvier)

- Séminaire économie du sport et du tourisme
- Économie et management du sport professionnel et des fédérations sportives
- E-business et stratégies digitales
- Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE)
- Service management and experiential marketing
- Communication et stratégies marketing
- E-business et stratégies digitales

Matières évaluées lors de la session d'examen du second semestre (si devoirs sur table : lundi 23 et mardi 24 mars)

- Impacts et retombées économiques des évènements
- Conception de l'événement sportif et touristique
- Développement territorial touristique
- Droit du sport
- Droit du tourisme
- Économie, conception et gestion des équipements récréatifs
- Institutions et stratégies sportives territoriales
- Gestion des clubs sportifs et politiques sportives communales

SESSION DE RATTRAPAGE

Toutes les matières - Dates à venir

MÉMOIRE DE FIN D'ÉTUDE

Mémoire & Stage/Alternance

Les soutenances de mémoires auront lieu fin septembre. Pour des raisons réglementaires, elles ne peuvent se dérouler au-delà de cette date. Il est en revanche possible de réaliser une soutenance anticipée. Il convient dans ce cas d'en fixer les modalités directement avec votre directeur de mémoire. Voir détails (infra, UE5).

PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE EAD

Contact pédagogique



Flora CHARRIEAU

Responsable pédagogique du M2 à distance à la Faculté d'Économie de Grenoble.

BATEG - Bureau 11

flora.charrieau@univ-grenoble-alpes.fr

Contact administratif

Catherine BOLLIET

Secrétaire de scolarité du Master 2 SEST EAD

BATEG - Bureau 318

eco-scolarite-m2-sest@univ-grenoble-alpes.fr

Tél + 33 (0)4 76 74 28 06



SEMINAIRE D'ÉCONOMIE DU SPORT & DU TOURISME (UE1)



Enseignant

Éric ADAMKIEWICZ — Maître de conférences en management du sport et développement territorial à l'université Paul Sabatier de Toulouse
eric-adamkiewicz@hotmail.fr

Objectifs du cours

Cet enseignement propose de s'interroger sur l'organisation et les stratégies des acteurs du tourisme français. A partir d'exemples repérés dans les stations de montagne françaises, les évolutions des comportements des visiteurs et le discours des acteurs seront analysés pour comprendre comment produire des produits d'avenir dans un contexte particulièrement concurrentiel.

Modalités d'évaluation

PREMIÈRE SESSION : 100% CT (dossier à rendre en février)

SECONDE SESSION : 100% CT (examen sur table)

RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE (UE1)



Enseignante

Rozenn MARTINOIA — Maitresse de conférences HDR en économie à la faculté d'économie de l'UGA

rozenn.martinoia@univ-grenoble-alpes.fr

Objectifs du cours

La RSE renouvelle-t-elle les logiques d'actions organisationnelles et/ou entrepreneuriales, en intégrant la recherche de réels bénéfices sociaux & environnementaux ou est-elle simplement un nouvel axe de communication organisationnelle et de gestion de l'image et du risque réputationnel ?

Ce cours, guidé par cette question, a une visée à la fois analytique et opérationnelle. Il est attendu qu'à son issue, les étudiant.es soient en mesure de :

- (1) prendre du recul sur le discours d'une organisation à propos de sa responsabilité sociale et environnementale (juger sa pertinence, en comprendre les mobiles et surtout évaluer la réalité de l'engagement affiché).
- (2) maîtriser les éléments de construction et de déploiement d'une stratégie RSE pertinente pour une organisation, témoignant d'un réel engagement et prenant en compte les freins auxquels elle peut faire face.

Modalités d'évaluation

PREMIÈRE SESSION : Évaluation au S1. Écrit. À préciser ultérieurement.

SECONDE SESSION : Écrit. À préciser ultérieurement.

ÉCONOMIE ET MANAGEMENT DU SPORT PROFESSIONNEL & DES FÉDÉRATIONS SPORTIVES (UE1)



Enseignant

Jonathan BEST — Ancien joueur professionnel de Rugby, formateur indépendant
jonathanbest@gmx.fr

Objectifs du cours

Le sport, comme pratique et spectacle, est intégré dans le monde de l'économie. Il a été l'objet de profonds bouleversements lors des quarante dernières années. Ce cours permettra de situer précisément l'évolution des différents sports professionnels français, de mettre en évidence leurs modèles économiques et de décrypter leurs rapports avec leurs fédérations respectives dans un contexte de sport spectacle de plus en plus mondialisé. Plus largement, il vise à développer la capacité à intégrer l'analyse économique dans le management des organisations sportives.

Modalités d'évaluation

PREMIÈRE SESSION ET SECONDE SESSION : 100% CT (devoir sur table + dossier) - Compréhension des logiques d'action des principaux acteurs du monde du sport professionnel

IMPACTS ET RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DES ÉVÉNEMENTS (UE3)



Enseignant

Éric BARGET — Maître de conférences en économie du sport à l'université de Limoges

eric.barget@unilim.fr

Objectifs du cours

Le cours porte sur la mesure des effets générés par les événements sportifs, notamment ceux relatifs aux dimensions économique, sociale, et environnementale. Les techniques de mesure des retombées sont abordées de manière détaillée. La portée et les limites de ces outils en matière d'aide à la décision publique sont présentées.

A l'issue du cours, les étudiants devront être capables de conduire une étude d'impact économique sur un événement sportif ou sur un club professionnel. Ils seront en mesure d'apprécier la pertinence des études d'impact qui leur seront proposées par les cabinets d'études.

Modalités d'évaluation

PREMIÈRE SESSION : **Évaluation au S2** - 100% CT (dossier)

SECONDE SESSION : 100% CT (dossier)

SERVICE MANAGEMENT & EXPERIENTIAL MARKETING (UE 2)



Lecturers

Nico DIDRY — Maitre de conférences en ethnomarketing à la faculté d'économie de l'UGA

nico.didry@univ-grenoble-alpes.fr



Rozenn MARTINOIA — Maitresse de conférences HDR en économie à la faculté d'économie de l'UGA

rozenn.martinoia@univ-grenoble-alpes.fr

Purpose

The purpose of this lecture is to shed light on the specific features of marketing and management in sports, tourism and events, considered as experiential consumptions.

Course outline

The first part of the lecture studies the relationship between service quality, service value, consumer's satisfaction and consumer's loyalty. These marketing questions are related to service management issues. They focus on the special case of "extraordinary experiences", that can be found in the sports, events and tourism sectors. The second part deepens the understanding of consumer behaviour. It pays a special attention to experiential consumptions (either ordinary experiences or extraordinary experiences).

Scoring system

FIRST EXAMINATION SESSION : 100% CT (case study, in English : analysis and operational proposals)

SECOND EXAMINATION SESSION : 100% CT (case study, in English : analysis and operational proposals)

CONCEPTION DE L'ÉVÉNEMENT SPORTIF & TOURISTIQUE (UE2)



Enseignant

Nico DIDRY — Maître de conférences en ethnomarketing à la faculté d'économie de l'UGA

nico.didry@univ-grenoble-alpes.fr

Objectifs du cours

Il s'agit d'analyser le secteur des événements sportifs et touristiques, de l'événement international à l'événement local, et de comprendre les différents rôles et enjeux des événements notamment d'un point de vue économique et social. A l'issue de l'enseignement l'étudiant doit être capable :

- D'envisager l'événement sportif ou touristique dans sa globalité, en se plaçant des différents points de vue de l'organisateur, du partenaire et du consommateur.
- D'analyser un événement avec les grilles de lecture liées au contexte économique et socio-culturel.
- D'élaborer un concept d'événement en fonction des différents facteurs et contraintes économiques, sociales, culturelles.

Modalités d'évaluation

Décalé au S2

PREMIÈRE SESSION ET SECONDE SESSION : 100% CT (devoir sur table - étude de cas et création d'un concept d'événement)

COMMUNICATION & STRATÉGIES MARKETING (UE2)



Enseignant

Nico DIDRY — Maître de conférences en ethnomarketing à la faculté d'économie de l'UGA
nico.didry@univ-grenoble-alpes.fr

Objectifs du cours

Comprendre les enjeux de la communication pour les structures du sport-tourisme-événementiel, et les stratégies marketing innovantes qu'elles peuvent mettre en oeuvre (plateforme de marque, marketing digital, ...)

Connaître les tendances des stratégies marketing des marques (marketing d'influence, réseaux sociaux, et branding strategies)

Être capable de réaliser une plateforme de marque simple pour une structure, ou à minima d'en connaître les bases et la méthodologie de mise en oeuvre.

Être capable de réaliser un plan de communication pour un événement en fonction d'un budget donné.

Modalités d'évaluation

PREMIÈRE SESSION ET SECONDE SESSION : 100% CT (devoir sur table + oral) – étude de cas et proposition opérationnelle)

SECONDE SESSION : 100% CT (écrit ou oral)

SYLLABI DES ENSEIGNEMENTS

ENSEIGNEMENTS DU SEMESTRE 9

E-BUSINESS & STRATÉGIES DIGITALES (UE2)



Teacher

Baptiste MARTY — Senior Social Media Manager, PETZL
baptistemarty@hotmail.fr

Course objectives

At the end of this course, you should be able to understand, analyse and implement a social media strategy. To do this, we will study the basis of a relevant strategy: the knowledge of the company, your users and the social media platforms. We'll examine the crucial elements that make up a Social Media Manager's toolbox: content, algorithms, SMO, paid advertising, editorial planning and methodology. We'll also look at the tips and tricks you need to know and the role of artificial intelligence.

Assessment

FIRST AND SECOND SESSION : written homework (in English)

Évalué au S1

ANALYSE DE PROJET APPLIQUÉE AU SPORT & AU TOURISME (UE3)



Enseignante

Flora CHARRIEAU — Responsable pédagogique Master SEST EAD
flora.charrieau@univ-grenoble-alpes.fr

Objectifs du cours

Ce cours ne constitue pas un apport en termes de connaissances, il n'enseignera pas de savoir empirique, ni de connaissances spécifiques dans un domaine particulier. Son but est de transmettre des réflexes méthodologiques, un schéma de pensée. Il s'agit donc d'une boîte à outils, qui donnera aux étudiants les moyens de répondre à une problématique qui leur serait posée de manière structurée, argumentée, et suscitant l'intérêt de ses destinataires. L'objectif du cours est par conséquent de gagner en professionnalisme et se démarquer dans le monde du sport et du tourisme par une capacité à prendre du recul, structurer, proposer, anticiper, s'adapter, séduire. Chaque étape du cours est conçue pour passer de cet objectif théorique difficile à cerner à une méthode à appliquer. Au terme de cet enseignement, les étudiants doivent avoir acquis ce réflexe méthodologique adaptable à de nombreuses situations professionnelles.

Modalités d'évaluation

Évaluation anticipée au S1

PREMIÈRE ET SECONDE SESSION : 100% CT (dossier)

DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL TOURISTIQUE (UE3)



Enseignantes

Rozenn MARTINOIA — Maitresse de conférences HDR en économie
à la faculté d'économie de l'UGA

rozenn.martinoia@univ-grenoble-alpes.fr

Objectifs du cours

L'objet de ce cours est d'introduire les étudiants à une lecture systémique du territoire, indispensable pour piloter efficacement des projets économiques. En effet, les événements récréatifs (événementiel, tourisme, activités sportives de pleine nature etc.) s'établissent sur des territoires, en mobilisent directement ou indirectement des ressources et des acteurs, et, in fine, en modifient la nature. Adopter une lecture de l'environnement en termes de développement territorial est nécessaire pour parvenir à convaincre des partenaires ou, a minima, pour limiter les résistances susceptibles d'entraver un projet économique. Comprendre les logiques d'action des acteurs du territoire, les critères auxquels ils peuvent être sensibles est indispensable pour se positionner, construire sa stratégie et son argumentaire. Cet enseignement outille les étudiants en ce sens à l'aide de concepts, de problématiques et de cas concrets.

Modalités d'évaluation

PREMIÈRE ET SECONDE SESSION : 100% CT (dossiers)

DROIT DU SPORT & DU TOURISME (UE3)

Ce cours est constitué de deux parties, réalisées par deux enseignantes différentes, comptant chacune pour moitié de la note obtenue à cette ECUE.

PARTIE 1 - DROIT, SPORT, TOURISME ET RESPONSABILITÉ

Enseignante

Sebastien Milleville — Maître de conférence en droit à l'UGA
sebastien.milleville@univ-grenoble-alpes.fr



Objectifs du cours

Le cours porte pour l'essentiel sur la responsabilité civile même si d'autres responsabilités ainsi que le droit du tourisme sont abordés. Il s'agit de sensibiliser des étudiants, non juristes, aux problèmes juridiques induits par l'exercice de toute activité en matière de sport ou de tourisme sans oublier de faire référence au droit des assurances. Le cours a pour objet de faire prendre conscience de l'importance des questions de responsabilité et d'assurance et de permettre de régler ou d'anticiper certains problèmes juridiques qui peuvent apparaître dans le domaine du sport ou du tourisme.

Modalités d'évaluation

PREMIÈRE ET SECONDE SESSION : 100% CT (devoir sur table -cas pratique – support de cours autorisé)

PARTIE 2 – LE CONTRAT DE TRAVAIL DU SPORTIF PROFESSIONNEL

Enseignante

Marielle PICQ — Maitresse de conférence en droit à l'UGA
marielle.picq@univ-grenoble-alpes.fr



Objectifs du cours

Présentation des règles spécifiques régissant la conclusion, l'exécution et la rupture du contrat de travail des sportifs. Présentation des règles générales prescrites par le code du travail et des règles spécifiques propres à la discipline sportive. Au terme de cet enseignement, l'étudiant doit être capable d'appréhender le contexte juridique et de comprendre et de repérer les enjeux juridiques de la relation de travail unissant un joueur, quelle que soit sa discipline sportive, au club employeur.

Modalités d'évaluation

PREMIÈRE ET SECONDE SESSION : 100% CT (devoir sur table -cas pratique)

SYLLABI DES ENSEIGNEMENTS

ENSEIGNEMENTS DU SEMESTRE 10

ÉCONOMIE, CONCEPTION & GESTION DES ÉQUIPEMENTS RÉCRÉATIFS (UE4)

Enseignant



Alain CUSIN — Directeur de CONTAMINES TOURISME, Office de Tourisme des Contamines - Montjoie (74)
ab_cusin@yahoo.fr

Objectifs du cours

Connaitre les grands principes de conception et de gestion des équipements récréatifs et de loisirs. Analyser les marchés et les besoins. Comprendre le fonctionnement des acteurs du secteur.

Modalités d'évaluation

PREMIÈRE ET SECONDE SESSION : 100% CT (devoir sur table, étude de cas)

INSTITUTIONS ET STRATÉGIES SPORTIVES TERRITORIALES (UE4)



Enseignant

Yannis AMEZIANE — Directeur du service Jeunesse et sport du département de l'Isère

yannis.ameziane@isere.fr

Objectifs du cours

Le développement et la promotion du sport en France est l'affaire de nombreuses institutions et est légitimement l'objet de politiques publiques à tous les échelons du territoire. Dans ce cadre, l'enjeu du cours est double. Il s'agit, d'une part de porter un regard politique sur l'organisation du sport en France et en montrer la gestion partagée mais pas forcément concertée entre différentes institutions et, d'autre part, de travailler sur un projet concret pour comprendre les problématiques de gestion et d'organisation et analyser les interactions entre les différents acteurs. A l'issue du cours, l'étudiant doit connaître les différentes institutions sportives, comprendre leurs problématiques actuelles et se situer en tant que futur acteur/contributeur de l'organisation du sport en France.

Modalités d'évaluation

PREMIÈRE SESSION : 100% CT (dossier et oral)

SECONDE SESSION : 100% CT (dossier et oral)

SYLLABI DES ENSEIGNEMENTS

ENSEIGNEMENTS DU SEMESTRE 10

GESTION DES CLUBS SPORTIFS & POLITIQUES SPORTIVES COMMUNALES (UE4)



Enseignant

Stéphane BOROT — Responsable d'exploitation de la patinoire (Grenoble)
stephane.borot@grenoblealpesmetropole.fr

Objectifs du cours

Les associations sportives (clubs, comités, ligues, fédérations) et l'échelon communal des collectivités territoriales constituent deux composantes essentielles du Sport en France. Les communes assument la majorité des financements des associations et les clubs sportifs l'essentiel de l'animation du sport français. Cet enseignement fournit les bases théoriques relatives aux clubs sportifs associatifs et aux politiques sportives communales, ainsi que les clés de compréhension (enjeux, problématiques et défis) des évolutions actuelles. Il fait également un focus sur les modèles économiques des clubs sportifs fédérés.

Modalités d'évaluation

PREMIÈRE ET SECONDE SESSION : 100% CT (dossier écrit et soutenance orale en visio)

STAGE & MÉMOIRE (UE5)

Les étudiants suivent un stage de 6 mois ou une alternance en entreprise (dérogation possible pour les étudiants en emploi) et rédigent un mémoire de fin d'étude, sous la direction d'un directeur de mémoire, membre de l'équipe pédagogique du M2 SEST.

Enseignant

Chaque étudiant indique au responsable pédagogique Flora Charrieau (flora.charrieau@univ-grenoble-alpes.fr), le nom de l'enseignant(e) qu'il souhaiterait voir encadrer son travail. La répartition des directions de mémoire est in fine décidée par l'équipe pédagogique. Le directeur de mémoire est également tuteur universitaire du stage ou de l'alternance et doit, à ce titre, signer la convention de stage ou le contrat d'alternance de l'étudiant.

Objectifs

L'objectif consiste en l'analyse, à l'aide d'outils conceptuels, d'une stratégie d'organisation (à adapter au contexte professionnel de l'étudiant, en accord avec le directeur de mémoire). Ce travail mobilise une capacité à collecter des données, problématiser, analyser et établir des propositions opérationnelles et stratégiques, en respectant des exigences de forme (cf. le *Cahier des charges du mémoire*).

Un polycopié de méthodologie du mémoire ainsi que 3 cours en présentiel (lors des regroupements semestriels ainsi qu'à l'issue des examens du second semestre) accompagnent la compréhension de la démarche analytique attendue dans le mémoire.

Modalités d'évaluation

100% CT - Le mémoire écrit est soutenu oralement devant un jury enseignant(s)-professionnel(s).



Pour en savoir +
consulter les sites web :
www.mastersesst.fr
www.economie.univ-grenoble-alpes.fr
#FacEcoGrenoble