

DROIT, ECONOMIE, GESTION

# Master Marketing, Vente - Parcours Communication Évènementielle et Digitale, Mention Sport et Culture



**Durée**  
4 semestres



**Composante**  
UFR Droit,  
Economie,  
Gestion



**Lieu(x)**  
Orléans

## Présentation

Le Master Marketing, Vente Parcours Communication événementielle et digitale (option sport et culture) répond aux enjeux de la transformation digitale en prenant en compte les nouveaux métiers du marketing liés au numérique et en intégrant cette dimension dans la gestion des projets événementiels. Les étudiants sont ainsi formés aux outils de la communication digitale afin de répondre aux activités émergentes (social media manager, responsable e-business, video content manager, chef de projets digitaux) mais également au pilotage intégral d'événements physiques ou numériques. Ce Master propose donc une **double spécialisation Métier** (communication digitale/communication événementielle) avec une **double entrée sectorielle** s'ils le souhaitent (sport et/ou culture).

**Accessible en apprentissage et en formation continue, le Master est proposé en alternance sur deux ans (contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation).**

 [Candidature](#)

## Compétences

À l'issue de leur formation, les diplômés du Master CED option Sport et Culture disposent des compétences nécessaires

pour accéder à des fonctions d'encadrement. Ils sont ainsi capables de conduire un événement dans son intégralité, de définir des stratégies de communication événementielle et/ou digitale et d'en mesurer les retours sur investissement, d'établir un plan de communication digital et d'en réaliser tous les supports, de concevoir une offre de prestations de service, d'effectuer des diagnostics internes, de réaliser des études de marché et d'en déduire des préconisations stratégiques, d'analyser des tableaux de bord, de négocier des partenariats, de manager une équipe, d'interpréter le cadre législatif et réglementaire, de gérer les moyens logistiques, les risques et les normes de sécurité. Les enseignements de haut niveau dispensés durant cette formation ainsi que les moyens pédagogiques mis en œuvre permettent aux étudiants d'acquérir le sens du relationnel, du travail en équipe, de la communication et de la négociation, de l'organisation, de la rigueur et du respect des délais. Au travers des projets menés en situation réelle durant leur formation, les étudiants acquièrent également réactivité, autonomie, gestion du stress et adaptabilité, autant de qualités indispensables à leur réussite professionnelle dans le secteur du sport, des loisirs, de la culture et plus largement dans celui de la communication événementielle et digitale.

## Contacts utiles

**Bureau des relations internationales de l'UFR DEG :**

 <https://www.univ-orleans.fr/fr/deg/international>

[international.deg@univ-orleans.fr](mailto:international.deg@univ-orleans.fr)

Tél : +33(0) 2 38 49 47 30

## ORIENTATION ET INSERTION PROFESSIONNELLE

### DOIP

<https://www.univ-orleans.fr/doip>

02 38 41 71 72

doip@univ-orleans.fr

# Organisation

## Contrôle des connaissances

Les unités d'enseignement sont sanctionnées par un contrôle continu et /ou des épreuves terminales écrites et orales. Elles sont définitivement acquises dès lors que l'étudiant y a obtenu la moyenne et sont affectées d'un coefficient et de crédits européens. Une compensation s'effectue sur le semestre sur la base de la moyenne générale des notes obtenues aux diverses unités d'enseignement, pondérées par les coefficients. Deux sessions de contrôle de connaissance sont organisées pour chacun des semestres d'enseignement.

## Admission

### Conditions d'admission

#### Accès en M1 :

L'accès à la première année est sélectif. Elle s'adresse à des candidats ayant validé une licence Sciences de Gestion, une licence Economie-Gestion, une licence Marketing ou une licence Management du Sport, une licence Communication (notamment audiovisuelle, digitale, média...), une licence liée au domaine de la Culture (culture, tourisme, art, luxe...). Après étude du dossier universitaire, les candidats sont convoqués à un entretien.

L'admission finale est prononcée lorsque le ou la candidat(e) obtient un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation dont les missions ont été validées par le responsable pédagogique.

#### Accès en M2 :

L'accès en deuxième année se fait sur dossier, pour des candidats ayant validé une première année de master dans le domaine du marketing et de la communication. L'admission finale est prononcée lorsque le ou la candidat(e) obtient un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation dont les missions ont été validées par le responsable pédagogique.

## Modalités d'inscription

#### Accès en M1 et M2 :

L'admission en master 1ère et 2ème année est sélective.

- via **la plateforme** [mon master en M1](#).
- via **l'application** [e-candidat pour le M2](#).

## Et après

## Insertion professionnelle

**Les principaux métiers** exercés par les diplômés sont :

- Les métiers du marketing (responsable de la communication, sponsoring, événementiel, relations publiques; chef de publicité) ;
- Les métiers relatifs à la conception et à l'organisation d'événements (responsable de projets sportifs, culturels, touristiques, loisirs, particulièrement dans les agences de communication événementielle) ;
- Les métiers liés au digital (administrateur de sites ou de plateformes web; spécialistes du développement de trafic; community managers, profilage de consommateurs et optimisation d'actions de communication on et off line;

analyste de données; chargé de l'expérience client « cross canal », responsable de CRM) ;

- Les métiers du management (manager général dans les clubs professionnels ou les grands clubs amateurs, les fédérations sportives; responsable de magasin de distribution d'articles sportifs ou culturels ; responsable d'équipement de sport et de loisirs; administrateur de produits culturels, gestionnaire de spectacle) ;

- Les métiers du management public territorial du sport (directeur de service des sports, de la culture, de l'événementiel, de la communication d'une collectivité territoriale; responsable d'organismes touristiques; responsable d'équipements sportifs, culturels, de centre de loisirs...);

- Dans une moindre mesure, les métiers relatifs à la gestion quantitative (contrôleur de gestion, audit, consultant...)

#### Les secteurs d'activité :

- Les agences événementielles, sociétés productrices d'événements ;

- Les agences de conseil en marketing et communication ;

- Les entreprises qui intègrent la communication événementielle dans leur stratégie marketing ;

- Les agences de communication, y compris communication digitale ;

- Le département communication des différents médias ;

- Les entreprises de distribution de matériels sportifs, culturels ou de loisirs ;

- Les équipementiers sportifs ;

- Les fédérations et les grands clubs sportifs ;

- Les sociétés de services et de loisirs ;

- Les organismes touristiques ;

- Les collectivités locales et leurs « satellites » ;

- Les entreprises des industries culturelles (livres, disques, audiovisuel) ; - Les associations, les entreprises (privées, publiques) gestionnaire de patrimoine, d'art, de multimédia.

## Infos pratiques

### Contacts

#### Responsable de formation

Sandra RIMBERT

sandra.rimbert@univ-orleans.fr

#### Contact administratif :

IAE Orléans

UFR Droit, Economie, Gestion

Rue de Blois - B.P. 26739

45067 Orléans Cedex 2

02 38 41 70 28

[master.iae@univ-orleans.fr](mailto:master.iae@univ-orleans.fr)

<http://www.univ-orleans.fr/deg/iae/>

#### Pour la formation en apprentissage :

apprentissage.deg@univ-orleans.fr

Tél : 02 38 49 47 46

[Page CFA](#)

### Contact(s) FC



Pour les adultes en reprise d'études, pour les contrats de professionnalisation et pour la VAE , consulter le [SEFCO](#).

[formulaire de contact](#)

Tél : 02 38 41 71 80

---

## Lieu(x)

[Orléans](#)

---

## En savoir plus

<http://www.univ-orleans.fr/sefco/>

# Programme

## Organisation

Les deux années sont en alternance sous contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.

### Master 1 Communication Évènementielle et Digitale (CED)

Unité d'enseignement	Coefficient/Crédits	Volume horaire Cours Magistraux	Volume horaire Cours Travaux Dirigés
<b>Semestre 7</b>			
<b>Bloc Management stratégique</b>			
Management des équipes, communication interne et innovation collaborative	2	18	-
Management de projet	3	18	-
RSE	3	18	-
Marketing des services	3	18	-
Business english 1	3	-	18
<b>Bloc Stratégies créatives et numériques</b>			
Communication audiovisuelle	2	6	12
Innovathon	3	-	25
Référencement et stratégie de contenu	3	6	12
<b>Bloc Spécialisation</b>			
Deux matières au choix :			
Logistique événementielle	2	18	-
Stratégie d'innovation	2	18	-
Recherche collaborative appliquée et innovation en marketing	2	-	-

<b>Bloc Méthodologie de la recherche</b>			
Méthodes de recherche en marketing	2	18	-
<b>Semestre 8</b>			
<b>Bloc Stratégies de communication</b>			
Comportement et communication	3	15	-
Outils de communication médias et hors médias	3	15	-
Social media marketing et influence	2	18	-
Initiation à photoshop	2	6	12
Business english 2	3	-	18
<b>Bloc Marketing sectoriel</b>			
Marketing événementiel	2	12	-
Marketing du produit	2	12	-
Brand management	3	18	-
Stratégie cross-canal	3	18	-
<b>Bloc Spécialisation</b>			
Deux matières au choix :			
Marketing sportif et marketing culturel	2	18	-
L'intelligence artificielle au service de l'expérience client	2	18	-
Recherche collaborative appliquée et innovation en marketing	2	-	-
<b>Bloc Pratiques professionnelles</b>			
Mémoire individuel	3	-	-

## Master 2 Communication Évènementielle et Digitale (CED)

Unité d'enseignement	Coefficient/Crédits	Volume horaire Cours Magistraux	Volume horaire Cours Travaux Dirigés
<b>Semestre 9</b>			
<b>Bloc Stratégie digitale</b>			
Stratégie de contenus & d'acquisition	2	14	-
Crowdsourcing et financement participatif	2	12	-
Intelligence artificielle appliquée au marketing	2	12	-
<b>Bloc Outils de communication visuelle</b>			
Outils de conception graphique	2	10	6
Communication visuelle et création graphique	2	9	-
Réalisation audiovisuelle	2	10	6
<b>Bloc Management événementiel</b>			
Événementiel, incentives et management d'équipe	2	18	-
Logistique de l'événement et RSE	2	14	-
Consommation et marketing expérientiel	3	18	-
Événementiel et collectivités	2	14	-
<b>Bloc Mise en situation</b>			
Conception et organisation d'événements	3	18	-
Challenge Marketing Stratégique	2	-	25
<b>Bloc Recherche et compétences transversales</b>			
Business English	2	-	18

Recherche collaborative appliquée et innovation en marketing	2	-	-
<b>Semestre 10</b>			
<b>Bloc Stratégie événementielle</b>			
Négociation - partenariat	2	10	6
Droit des contrats et de l'image	2	16	-
Événementiel culturel	1	12	-
Événementiel sportif	1	12	-
<b>Bloc Communication digitale</b>			
Social media stratégie : Evaluation et optimisation	3	15	-
Communication et podcast	1	-	6
Influence Marketing	1	8	-
<b>Bloc Projet évènementiel</b>			
Création et organisation d'événements	3	18	-
Serious Game Event	3	-	30
<b>Bloc Pratiques professionnelles, recherche et compétences transversales</b>			
Business English (TOEIC)	1	-	18
Recherche collaborative appliquée et innovation en marketing	2	-	-
Mémoire individuel et soutenance (apprentissage)	10	-	-
Conférences métiers	-	9	-