

université
PARIS-SACLAY

Stratégie Digitale

L2 Management du Sport 2024-2025

Antoine Feuillet

antoine.feuillet@universite-paris-saclay.fr

université
PARIS-SACLAY

Syllabus

Evaluation en CC

- Bloc 1: U.E.1.5 Introduction au management du sport 2
 - CM Stratégie Digitale Théorie 10h
Antoine Feuillet
Evaluation:
 - **50% oral**
 - **50% dossier stratégie digitale**
 - TP Stratégie Digitale Pratique
(Photoshop) – Matthias Sorge

Programme

Séance	Date	Thèmes
1	29/01	<ul style="list-style-type: none">• Présentation des 2 projets / attendus• Les défaillances du modèle stratégique traditionnel
2	04/02	<ul style="list-style-type: none">• Les fondements de la stratégie digitale
3	12/02	<ul style="list-style-type: none">• Les fondements de la stratégie digitale
4	19/02	<ul style="list-style-type: none">• Définition des plateformes• Les modèles économiques des plateformes• Point sur vos sujets
5	26/03	<ul style="list-style-type: none">• Présentation oral par groupe (projet 1)

Dossier étude de marche (projet 2) à envoyer pour le 30/03 dernier délai

- Travailler en groupe sur les deux projets (entre 6 et 8 étudiants par groupe)
- Établir une étude de marché sur la stratégie d'une organisation (notamment sur sa dimension digitale)

Ressources documentaires

- www.appeconomyinsights.com
- Citton, Y. (2014) *L'économie de l'attention*.
- CREDOC (2021) *Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*
- Cusumano, M. A., Gawer, A., & Yoffie, D. B. (2022). *Plateformes: le business model qui domine le monde*. Dunod.
- Timsit, J. P. (2021) *La stratégie digitale du silex au pixel*
- Timsit, J. P. (2018) *Stratégie digitale: Méthodes et techniques pour créer de la valeur*



Projet 1

**Stratégie digitale d'un
créateur de contenu**

Objectifs

- **Objectif principal** : produire une analyse stratégique d'un créateur de contenu digitale en lien avec le monde du sport
- **Objectif pédagogique** :
 - Travail et répartition des tâches en groupe;
 - Capacité d'analyse critique d'une stratégie;
 - Capacité à mobiliser les éléments vu en cours de manière pertinente;
 - Respect des attendus (forme et fond)

Structure attendue

- **1. Présentation succincte du créateur de contenu choisi**
 - nom, type de contenu proposé, audience ciblée, objectif du créateur de contenu
- **2. Analyse stratégique de la présence digitale**
 - Positionnement stratégique, plateformes utilisées, stratégie de contenu, engagement et communauté, modèle économique (revenus)
- **3. Forces, faiblesses et recommandations stratégiques**
 - facteurs de succès, limites et faiblesses (menaces), recommandations concrètes pour améliorer sa stratégie digitale et renforcer son impact.

Présentation projet 1

Attendus du livrable

- Une **présentation orale** de **10 minutes** avec un **support obligatoire - 15 slides max hors annexes** (PowerPoint, Canva, Prezi, etc.).
- Une **diapositive finale de synthèse** avec des **recommandations**.
- Une diapositive annexe pour indiquer les **sources**

Evaluation

- **Evaluation** : présentation des stratégies de créateur de contenu sur la dernière séance (26 mars 2025)
- **Critère d'évaluation** : forme du support de présentation (clarté), qualité de la présentation orale (temps de présentation, enchaînement, etc.), pertinence de l'analyse et des recommandations (analyse critique).



Projet 2

Etude de Marché

Présentation projet 2

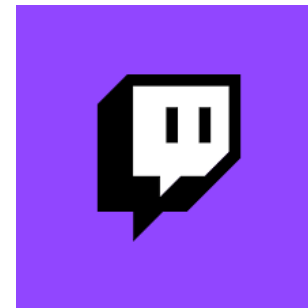
Problématique de départ (fictive)

- Une organisation de votre choix (avec a minima un lien avec le monde du sport) fait appel à vous pour **mener une étude de marché** notamment en rapport avec des sujets liés au digital.
- L'organisation vous demande d'établir un **document powerpoint de 10 à 15 slides** max (hors annexes) sur le format d'une étude de marché

La forme du document (clarté) autant que le fond (qualité d'utilisation des outils d'analyse, orthographe) seront évalués

Présentation projet 2

Exemples d'étude de l'an dernier



Présentation projet 2

Attendus du livrable

1. **Choisissez un sous-secteur du sport** et présenter l'organisation choisie (médias, équipementiers, distributeur, salle de sport, etc.)
2. Identifiez les **tendances actuelles en lien avec la stratégie digitale** dans ce secteur (analyse du macro-environnement => PESTEL)
3. Analysez la concurrence en étudiant **les pratiques des acteurs majeurs** du secteur (analyse du micro-environnement => 5 forces de Porter)
4. Analysez l'audience/public cible et **identifiez les forces et faiblesses de l'organisation choisie** (prix, contenu, distribution, modèle économique, etc.). Proposez des recommandations.

Attendus

Vous devez indiquer TOUTES les sources de vos données
(liens url, articles de presse, article scientifique, etc.)

Objectifs

- **Objectif principal** : produire une analyse sectorielle (concurrence) et stratégique d'une organisation en lien avec le monde du sport
- **Objectif pédagogique** :
 - Travail et répartition des tâches en groupe;
 - Capacité d'analyse d'un secteur, de la concurrence;
 - Capacité à mobiliser les éléments vu en cours de manière pertinente
 - Respect des attendus (forme et fond)