

Responsable marketing et évènementiel sport

Certifiante

Formation continue.

Réf. : 23112215F — Mise à jour : 16 février 2026

Organisme responsable : OPEN CAMPUS BREST

Contenu

Objectifs

La création de la certification répond à une demande d'experts croissante dans le domaine du sport.

Le marché du sport croît tous les ans et l'économie de marché est bouleversée par différents changements, dont la consommation des particuliers et la part du financement public en suscitant un besoin de postes intermédiaires de techniciens cadres répondant aux attentes particulières du marché du sport, notamment pour les fonctions de management d'organisation sportive ou de commercial/marketing dans le sport. Ainsi, la spécificité et la complexité croissante des phases de préparation et de pilotage de projets et d'événements sportifs semblent assurer de réelles perspectives d'emploi sur les 5 prochaines années.

Le Responsable Marketing et Évènementiel Sport intervient au sein de différents types de structures, d'entreprises ou d'organisations spécialisées dans le secteur du sport. C'est un spécialiste des marchés et de l'économie du sport formé à la gestion de projets et au développement d'activités notamment commerciales en lien avec le sport. Il pilote différents types d'activités évènementielles, marketing et commerciales en lien avec le secteur du sport. Pour le compte de clubs, pour des fédérations, pour des organisateurs d'événements, il recherche des partenariats, démarche des sponsors, recherche des financements qui vont permettre à des événements sportifs d'exister. Pour le compte de fabricants d'articles de sport, de marques de sport, de magasin de distribution d'articles de sport, pour des sites internet, il gère et pilote des activités commerciales en fonction des objectifs définis. Y compris dans le cadre de ses activités, il associe les activités commerciales à l'évènementiel conscient que le sport est indissociable de la notion d'expérience.

Programme

Montage de partenariats sportifs et financiers

A1.1 – Recherche de sponsors.

- Appropriation de stratégies de sponsoring de clubs sportifs, de fédérations, de régies et d'organismes d'événements.
- Structuration de phases de prospections commerciales pour le compte de clubs, de fédérations, d'organismes d'événements.
- Démarchages d'entreprises pour des actions de sponsoring en lien avec le sport.

A1.2 – Négociation et mise en place de partenariats sportifs.

- Conduite de phases de négociations commerciales pour des contrats de sponsoring et des partenariats en lien avec des projets sportifs.
- Définition de cadres et gestion de partenaires lors de manifestations sportives et des événements.
- Activation et exploitation de partenariats dans le cadre d'actions de communication.

Marketing de vente de produits ou services sportifs

A2.1 – Structuration de plans marketing et de communication.

- Structuration de plans marketing intégrant le digital.
- Structuration et programmation d'opérations de communication « print » et digitales.
- Construction de budgets d'opérations marketing et de communication.

A2.2 – Mise en place, suivi et pilotage de plans marketing et de communication.

- Mise en place et suivi d'actions marketings et de communication.

- Adaptation de plans marketing à des résultats ventes.
- Analyse d'impacts et de retombées de plans marketings et promotionnels.

Pilotage des activités commerciales dans le domaine sportif

A3.1. Structuration d'activités commerciales dans le sport pour le compte de clubs, de marques, de fédérations sportives.

- Analyse d'objectifs de vente de marques et de points de vente.
- Ventilation d'objectifs commerciaux sur des périodes données.
- Gestion et paramétrage d'outils de pilotage des ventes.

A3.2. Management des ventes de produits et de services dans le sport.

- Gestion et management des activités commerciales de points de ventes.
- Management d'équipes commerciales.
- Gestion de relations avec des marques de sports et des fournisseurs.

Gestion des projets événementiels sport

A4.1. Conceptualisation et programmation d'événements sportifs pour le compte de clubs, de fédérations, de marques de sport.

- Analyse, recherche et étude de faisabilité de concepts d'événements sportifs.
- Structuration de plannings détaillés de préparation et de déroulés d'événements.

A4.2. Management de projets événementiels dans le sport pour un club, une marque une collectivité, une fédération sportive.

- Constitution et management d'équipes et de volontaires.
- Coordination d'interventions lors d'événements.
- Réalisation de bilans d'interventions sur des événements.

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée

Niveau Bac général, pro ou techno, BP

Niveau de sortie

Niveau Licence, Licence pro, BUT - Bac +3 et +4

Liste des certifications

Responsable marketing et événementiel sport

Code RNCP : 34317

Métiers associés

E1103 — Communication

E1107 — Organisation d'événementiel

M1705 — Marketing

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
1556453	Présentiel	Brest	24/09/2023	17/09/2026

Source : GREF Bretagne #23112215F