

Sports Management

ECTS : 18

Année académique
2026/2027

Semestre : Automne & Printemps

Type de module :
Module à choix principal

Coordinateur du module
anouk.allémand@hevs.ch

Langues d'enseignement
Principalement français, activités en anglais, voir en allemand, possibles

Type d'évaluation:
1 à 6

Objectifs du module :

Ce module aborde le management du sport sous différents angles, à l'échelle suisse et internationale. Il prépare les étudiantes et les étudiants à travailler dans un milieu professionnel attractif en constante évolution.

Il s'adresse à des étudiantes et des étudiants intéressés par une carrière dans une organisation sportive (club ou fédération) régionale, nationale ou internationale, dans l'industrie du sport, dans le tourisme sportif ou dans la gestion d'événements sportifs.

Les participantes et participants développeront des compétences dans les domaines du management, de la gestion de projet, du marketing et du tourisme sportifs. Ils seront préparés aux défis et aux tâches exigées dans ces milieux.

Aucune aptitude physique n'est nécessaire pour suivre ce module, il ne s'agit pas de former des coachs ou des professeurs de sport. Il ne s'agit pas d'étudier les performances des athlètes ou les résultats sportifs. En revanche, un vif intérêt pour les enjeux du «business» du sport et une curiosité pour l'actualité du monde du sport sont primordiaux.

Contenus et formes d'enseignement (thèmes et description) :

- Connaître la structure, le fonctionnement, la gouvernance et les défis des instances sportives régionales, nationales et internationales.
- Décrire le système du sportif suisse en incluant les acteurs et les organisations, l'économie, l'emploi et le développement.
- Comprendre la politique du sport et les enjeux qui y sont associés.
- Distinguer les différents types de financement des organisations sportives (financement public, sponsoring, cotisations et recettes d'activités, financement participatif, etc.).
- Identifier les différents types et activités du tourisme de sport, ainsi que les facteurs influençant la pratique sportive. Connaître les bases des sciences du sport.
- Appliquer les principes et les outils du marketing (digital) dans le monde du sport. Connaître les bases du Fan Relationship Management (FRM).
- Comprendre les enjeux de la gestion d'infrastructures sportives et de l'organisation de grands événements sportifs.
- Développer des produits, conceptualiser des événements sportifs ou réaliser des analyses et des planifications concrètes pour répondre aux besoins des clients dans tous les domaines liés au sport.
- Être capable de gérer un projet (individuel ou en groupe) et répondre à une problématique posée par un client, acteur du monde du sport, en apportant un regard éclairé et des solutions concrètes, adaptées et viables.

Evaluations :

L'évaluation des connaissances et des compétences est variée et adaptée à chaque semestre en fonction du déroulement du module et des projets.

En principe, durant le semestre d'automne, les connaissances acquises en management du sport sont vérifiées de manière individuelle par un examen. Les compétences développées sont évaluées par projet. Selon le type de projet, les livrables sont définis et évalués soit de manière écrite et/ou orale, en français, comme en anglais (allemand possible).

Au semestre de printemps, les étudiants sont également évalués sur les projets concrets qu'ils réalisent. De plus, les étudiants sont également amenés à prouver les compétences qu'ils ont acquises au cours du module. Cette évaluation se fait par un entretien oral et/ou par un rapport écrit.

Le module, en bref :

L'objectif est d'amener les étudiants à comprendre les spécificités du management du sport. Il s'appuie sur les connaissances et les compétences acquises au cours des semestres précédents, notamment en management, en marketing, en communication, en finances et en leadership et propose une approche théorique et pratique permettant de se familiariser avec le monde du sport.

Quelques éléments théoriques sont enseignés sous forme d'ateliers, durant lesquels les étudiants sont invités à mener des recherches, à discuter et à débattre, puis à présenter leurs réflexions. L'interaction en classe est un élément essentiel.

Grâce à des études de cas, des exemples, l'élaboration de mandats concrets pour des acteurs du monde du sport, des visites d'infrastructures et des rencontres avec des professionnels, les étudiants peuvent s'immerger dans la réalité du terrain et développer les compétences nécessaires à leur future pratique professionnelle dans ce domaine spécifique qu'est le management du sport.

Voici quelques exemples d'activités et de projets réalisés les années précédentes. A noter que de nouveaux partenariats, mandats et projets sont discutés chaque année, en fonction des tendances et des besoins de la pratique.

- Visite du centre mondial du cyclisme (CMC) et de l'Union cycliste internationale (UCI) à Aigle pour une immersion dans la gestion d'un vélodrome et d'une fédération internationale avec toutes ses facettes.
- Visite d'Air Glacier pour comprendre les enjeux du sauvetage en montagne et des sports à risques
- Visite de la Vaudoise Arena pour comprendre les défis logistiques, de sécurité et d'hospitalité
- Participation à un challenge pour un partenaire du monde du sport, afin d'apporter des solutions à une problématique proposée par ce dernier. Analyse de la problématique, développement et défense de solutions concrètes. En 2023, le partenaire était Swiss Olympic, en 2024 l'Association Suisse de Football dans le cadre du Women's Euro 2025 en Suisse et en 2025, la Fédération internationale de Basketball (FIBA) pour développer le basketball féminin.
- Développement d'activités en tourisme sportif pour des destinations touristiques, élaboration de concepts et analyse de faisabilité.
- Analyse de satisfaction ou élaboration d'un plan de communication pour des événements sportifs ou des activités sportives.
- Analyse financière et développement de solutions de financement pour des acteurs du monde du sport à l'échelle locale ou régionale. Gestion d'un projet de financement participatif.
- Séminaire sur la gestion de crises lors des matchs organisés par l'UEFA.
- Etc.

Sports Management

ECTS: 18

Studienjahr
2026/2027

Semester: Herbst &
Frühjahr

Modultyp:
Hauptwahlmodul

Modulkoordinator
anouk.allemand@hevs.ch

Unterrichtssprachen
Hauptsächlich Französisch,
Englisch (und Deutsch) für
bestimmte Aktivitäten

Art der Bewertung:
1 bis 6

Ziele des Moduls:

Dieses Modul behandelt das Sportmanagement aus verschiedenen Blickwinkeln auf schweizerischer und internationaler Ebene. Es bereitet die Studierenden auf die Arbeit in einem dynamischen, sich ständig weiterentwickelnden beruflichen Umfeld vor.

Es richtet sich an Studierende, die eine Karriere in einer regionalen, nationalen oder internationalen Sportorganisation (Verein oder Verband), in der Sportindustrie, im Sporttourismus oder im Sport-Eventmanagement anstreben.

Die Teilnehmenden erwerben Kompetenzen in den Bereichen Management, Projektmanagement, Marketing und Sporttourismus. Sie werden auf die Herausforderungen und Aufgaben vorbereitet, die in diesen Bereichen zu bewältigen sind.

Für die Teilnahme an diesem Modul sind keine sportlichen Fähigkeiten erforderlich. Ziel des Moduls ist weder die Ausbildung von Trainern und Trainerinnen noch die Analyse sportlicher Leistungen oder Wettkampfergebnisse. Vielmehr sind ein ausgeprägtes Interesse an den Herausforderungen des Sportbusiness und Neugier für aktuelle Ereignisse in der Welt des Sports von entscheidender Bedeutung.

Inhalte und Unterrichtsformen (Themen und Beschreibung):

- Die Struktur, Funktionsweise, Governance sowie die Herausforderungen regionaler, nationaler und internationaler Sportverbände verstehen.
- Das Schweizer Sportsystem unter Einbezug der Akteure und Organisationen, der Wirtschaft, der Beschäftigung und der Entwicklung beschreiben.
- Die Sportpolitik und die damit verbundenen Herausforderungen verstehen.
- Zwischen den verschiedenen Finanzierungsformen von Sportorganisationen unterscheiden (öffentliche Finanzierung, Sponsoring, Mitgliederbeiträge, Eigenenerträge, Crowdfunding usw.).
- Formen und Aktivitäten des Sporttourismus, die Einflussfaktoren im Sportumfeld sowie die Grundlagen der Sportwissenschaften kennen.
- Die Prinzipien und Instrumente des (digitalen) Sportmarketings anwenden sowie Grundlagen des Fan Relationship Management (FRM) verstehen.
- Die Herausforderungen im Management von Sportinfrastrukturen und in der Organisation von Sportgrossveranstaltungen verstehen.
- Produkte entwickeln, Sportveranstaltungen konzipieren sowie konkrete Analysen und Planungen durchführen, um den Bedürfnissen der Kunden in allen Bereichen des Sports gerecht zu werden.
- Ein Projekt selbstständig oder im Team leiten und auf eine konkrete Fragestellung aus der Sportpraxis mit fundierten, umsetzbaren und nachhaltigen Lösungsvorschlägen reagieren.

Bewertungen:

Die Bewertung der Kenntnisse und Kompetenzen wird in jedem Semester an den Ablauf des Moduls und die Projekte angepasst.

Im Herbstsemester werden die erworbenen Kenntnisse im Sportmanagement im Rahmen einer individuellen Prüfung überprüft. Die entwickelten Kompetenzen werden projektbezogen bewertet. Je nach Art des Projekts werden die Projektleistungen schriftlich und/oder mündlich auf Französisch und/oder Englisch (oder Deutsch) definiert und bewertet.

Im Frühlingsemester werden die Studierenden ebenfalls anhand der durchgeführten Projekte beurteilt. Darüber hinaus müssen sie die im Laufe des Moduls erworbenen Kompetenzen nachweisen. Diese Beurteilung erfolgt durch ein mündliches Gespräch und/oder einen schriftlichen Bericht.

Das Modul in Kürze:

Ziel ist es, den Studierenden die Besonderheiten des Sportmanagements näherzubringen. Es baut auf den in den vorangegangenen Semestern erworbenen Kenntnissen und Kompetenzen auf, insbesondere in den Bereichen Management, Marketing, Kommunikation, Finanzen und Leadership, und bietet einen theoretischen und praktischen Ansatz, um sich mit der Welt des Sports vertraut zu machen.

Einige theoretische Inhalte werden in Form von Workshops vermittelt, in denen die Studierenden recherchieren, diskutieren und anschliessend ihre Ergebnisse präsentieren. Die Interaktion im Unterricht ist ein wesentliches Element des Moduls.

Anhand von Fallstudien, Beispielen, konkreten Aufträgen für Akteure aus der Welt des Sports, Besichtigungen von Infrastrukturen und Treffen mit Fachleuten erhalten die Studierenden Einblick in reale Arbeitskontexte und entwickeln die für ihre spätere Tätigkeit im Sportmanagement erforderlichen Kompetenzen.

Beispiele für Aktivitäten und Projekte der vergangenen Jahre (die konkreten Partnerschaften und Projekte variieren von Jahr zu Jahr, je nach aktuellen Entwicklungen und Bedürfnissen der Praxis).

- Besuch des Centre Mondial du Cyclisme (CMC) und der Union Cycliste Internationale (UCI) in Aigle mit Einblick in das Management eines Velodroms und eines internationalen Sportverbands
- Besuch bei Air-Glaciers zur Auseinandersetzung mit den Herausforderungen der Bergrettung und des Risikosports
- Besuch der Vaudoise Arena mit Fokus auf Logistik, Sicherheit und Hospitality
- Durchführung einer Challenge für Partnerorganisationen aus dem Sport: Analyse einer konkreten Problemstellung, Entwicklung von Lösungsansätzen und Präsentation der Ergebnisse. Partner waren unter anderem Swiss Olympic, der Schweizerische Fussballverband im Kontext der Women's EURO 2025 sowie der Internationale Basketballverband (FIBA) zur Förderung des Frauenbasketballs
- Entwicklung von Sporttourismusangeboten für Destinationen inklusive Konzeptarbeit und Machbarkeitsanalysen
- Durchführung von Zufriedenheitsanalysen oder Erarbeitung von Kommunikationskonzepten für Sportveranstaltungen
- Finanzanalysen und Entwicklung von Finanzierungslösungen für lokale oder regionale Sportakteure, einschliesslich des Managements von Crowdfunding-Projekten
- Seminar zum Krisenmanagement im Rahmen von durch die UEFA organisierten Spielen
- usw.

Sports Management

ECTS: 18

Academic year
2026/2027

Semester: Fall & Spring

Module type:
Main elective module

Module coordinator
anouk.allemand@hevs.ch

Languages of instruction
Mainly French, English (and German) for certain activities

Type of assessment:
1 to 6

Module objectives:

This module examines sports management from multiple perspectives at both Swiss and international levels. It prepares students for careers in a dynamic and continuously evolving professional environment.

The module is designed for students who are interested in pursuing a career within regional, national or international sports organisations, including clubs and federations, as well as in the sports industry, sports tourism or sports event management.

Students develop expertise in management, project management, marketing and sports tourism and are equipped to address the challenges encountered in these fields.

No physical aptitude is required, as the module does not aim to train coaches or physical education teachers. Nor does it focus on analysing athletic performance or sporting results. Instead, a strong interest in the business and organisational dimensions of sport, together with curiosity about current developments in the sports sector, is essential.

Content and teaching methods (topics and description):

- Understand the structure, functioning, governance and challenges of regional, national and international sports bodies.
- Analyse the Swiss sports system, including its stakeholders, economic impact, employment dimension and development framework.
- Understand sports policy and the associated challenges.
- Compare funding models for sports organisations (public funding, sponsorship, membership fees and activity-generated revenue, crowdfunding, etc.).
- Identify the main forms and activities of sports tourism, assess the factors influencing sports participation and understand the basic principles of sports science.
- Apply the principles and tools of (digital) marketing in the sports context and understand the fundamentals of Fan Relationship Management (FRM).
- Assess the challenges of managing sports facilities and organising major sporting events.
- Develop products, design sporting events and carry out concrete analyses to meet customer needs.
- Lead a project independently or within a team and respond to a client brief from the sports sector with well-founded, practical and viable solutions.

Assessments:

Assessment of knowledge and skills varies by semester and is aligned with the structure of the module and the projects undertaken.

In the autumn semester, knowledge acquired in sports management is assessed individually through an exam. Skills are evaluated through project work. Depending on the type of project, deliverables are defined and assessed either in writing and/or orally, in French or English (or German).

In the spring semester, students are assessed on the specific projects they complete. In addition, they are required to demonstrate the skills they have acquired throughout the module. This is assessed through an interview and/or a written report.

The module, in brief:

The objective of this module is to familiarise students with the specific characteristics of sports management. It builds on the knowledge and skills developed in previous semesters, particularly in management, marketing, communication, finance and leadership. The module combines theoretical foundations with practical application to provide structured insight into the sports sector.

During workshops, students conduct research, engage in discussion and debate and present their findings. Classroom interaction is an essential part of the module. Through case studies, applied mandates for sports organisations, site visits and meetings with industry professionals, students gain direct exposure to real-world contexts. This immersive approach enables them to develop the skills required for professional practice in sports management.

Examples of activities and projects in recent years (partnerships and mandates vary each year in line with sector developments and professional needs):

- Visit to the World Cycling Centre (CMC) and the International Cycling Union (UCI) in Aigle, providing insight into the management of a velodrome and an international federation
- Visit to Air-Glaciers to examine the operational challenges of mountain rescue and high-risk sports
- Visit to the Vaudoise Arena to analyse logistical, security and hospitality management
- Strategic challenge in collaboration with sports partners: analysis of a concrete issue, development of solutions and formal presentation. Partners have included Swiss Olympic (2023), the Swiss Football Association in the context of UEFA Women's EURO 2025 (2024), and the International Basketball Federation (FIBA) to support the development of women's basketball (2025)
- Development of sports tourism activities for destinations, including concept design and feasibility studies
- Satisfaction analyses and communication strategy development for sporting events
- Financial analyses and development of funding solutions for local and regional sports stakeholders, including management of crowdfunding initiatives
- Seminar on crisis management in cooperation with UEFA, focusing on the organisation of matches
- etc.