

USEC4R - Stratégie marketing du tourisme

Présentation

Objectifs pédagogiques

- Cette unité d'enseignement permet aux élèves de comprendre les enjeux liés à la question de la marque d'une entreprise et d'un territoire, de travailler sur des exemples concrets en lien avec les besoins exprimés par les clientèles. Les questions liées à la distribution sont également abordées.

Programme

Contenu

- Introduction au marketing
- Stratégie Marketing dans l'univers des services : Descriptif des marques et concepts, tendance et évolution de la demande, création de valeur.
- Le marché de l'hôtellerie : Les chiffres clefs, les acteurs en présence, les produits connexes, les risques et opportunités du marché.
- La segmentation : Caractéristiques et poids des différents marchés, stratégie d'adaptation de l'offre à la demande, développement des niches de marché.
- La satisfaction client : enjeux, développer l'e-réputation, management et satisfaction client
- La distribution : Descriptif des canaux de distributions, tendances et perspectives de l'évolution de la distribution, les acteurs du web, les facteurs clefs de succès de l'e-commerce.
- Fidélité : Techniques et enjeux d'une stratégie de fidélité, CRM/DM.
- Créer un BP, plan de financement, un prévisionnel d'exploitation : cas de l'hôtel Marguerite

Modalités de validation

- Contrôle continu

Mis à jour le 15-09-2022



Code : USEC4R

Unité spécifique de type cours

6 crédits

Responsabilité nationale :

EPN11 - Territoires / 1

Contact national :

EPN11 Tourisme Certificat

EPN11, 31.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

certificats.tourisme@lecnam.net