

USEC05 - Marketing territorial des patrimoines touristiques

🌟 Valide le 25-05-2019

Code : USEC05

Présentation

Prérequis

US ouverte uniquement aux étudiants sélectionnés au Mastère spécialisé (label Conférence des grandes écoles) Management de patrimoines touristiques naturels, historiques, culturels (MS14).

4 crédits

Responsabilité nationale :

EPN11 - Territoires / Brice DUTHION

Objectifs pédagogiques

Analyser les processus marketing (produits, services), développer le marketing relationnel (gestion de la relation client) et les différents outils de promotion et de développements des projets touristiques.

Contact national :

Équipe Échanges

EPN11, 31.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

01 40 27 23 31

Pascale Toussaint

pascale.toussaint@lecnam.net

Programme

Contenu

- Marketing touristique territorial :

- Communication des destinations (" branding " des territoires).
- Etudes de cas (Marseille 2013, Louvre Lens).

- Produits patrimoniaux et touristiques :

- Comment élaborer des produits dérivés de qualité ?

- Intégrer des sites patrimoniaux dans les dynamiques territoriales : étude de cas et élaboration de principes méthodologiques :

- Cartographie de l'action locale : rappels et échange de points de vue pour la mise en place de référentiels communs.
- Les modes d'intervention du CG64 en matière de mise en tourisme du patrimoine.
- Etude de cas : le domaine départemental de Laàs.
- De l'expérience à la modélisation.

Description des modalités de validation

- Compte-rendu (2 pages maximum) par conférence.
- Synthèse globale (5 pages maximum).

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Les patrimoines touristiques naturels, historiques et culturels (De Boeck)	Brice Duthion, Lionel Walker
Le tourisme culturel (De Boeck)	Claude Origet du Cluzeau