

USEC37 - Stratégie marketing touristique

Présentation

Objectifs pédagogiques

Donner les éléments clefs du marketing pour établir une stratégie propre à chaque entreprise touristique

Programme

Contenu

Stratégie marketing de l'entreprise touristique Marketing des services

Atelier : marketing des enseignes (hôtellerie)

Le cycle du client

(segmentation, distribution, Yield Management)

Atelier : l'enjeu de la distribution

Développer une stratégie marketing digitale Enjeux et contexte du marketing digital Etude de cas : Les domaines d'application, business models du Net Politique

numérique d'offre et politique de prix Etude de cas : Politique commerciale des sites

marchands Le commerce électronique Etude de cas : CMI, On Demand Marketing

🌟 Valide le 19-02-2019

Code : USEC37

6 crédits

Responsabilité nationale :

EPN11 - Territoires / Brice

DUTHION

Contact national :

Équipe Échanges

EPN11, 31.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

01 40 27 23 31

Pascale Toussaint

pascale.toussaint@lecnam.net