

E-tourisme



En bref

- › **Langues d'enseignement:** Français, Anglais
- › **Méthodes d'enseignement:** En présence
- › **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

Connaître le potentiel du tourisme 2.0 et du social media.

Evaluer la qualité d'une stratégie de présence et de vente en ligne pour les acteurs d'une destination touristique.

Exploiter le potentiel du référencement naturel pour une destination touristique.

Exploiter les concepts du content marketing et de la mobilité appliqués au tourisme

Heures d'enseignement

| | | |
|----|-----------------|-----|
| CM | Cours Magistral | 15h |
| TD | Travaux Dirigés | 15h |

Pré-requis obligatoires

Pratique de la langue française

Connaissance de l'industrie du tourisme (formes de tourisme, marchés)

Bases en marketing et communication

Plan du cours

1. Contexte : Chiffres clefs du tourisme électronique et profil du touriste en ligne
Comment les touristes préparent-ils leur voyage
 2. Stratégie digitale d'une destination
Evaluation d'une stratégie digitale
 3. Les outils du marketing en ligne (content marketing, inbound marketing, search engine marketing)
 4. les blogs et l'interactivité
Créer un blog
 5. les avis
 6. Online Travel Agencies
 7. les places de marchés
 8. audit d'un site internet et des réseaux
 9. social media marketing
-

Informations complémentaires

Responsable du cours : Stéphane CANNESANT

Compétences visées

Connaissance de l'environnement digital de l'économie du tourisme
Connaissance des réseaux sociaux utilisés en France et en Europe
Pilotage de stratégie digitale appliquée au tourisme
Pilotage d'une stratégie social media
Pilotage et création d'outils d'inbound marketing

Infos pratiques

Lieux

- › Chambéry (domaine universitaire de Jacob-Bellecombette - 73)
-

Campus

- › Chambéry / campus de Jacob-Bellecombette