

Management des destinations touristiques durables (GEST801_MDTCY)



En bref

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

Présentation

Objectifs

- Comprendre les spécificités structurant les destinations touristiques.
- Connaître les mesures de performance d'une destination intégrant des indicateurs de durabilité.
- Appliquer les concepts marketing à l'échelle d'une destination touristique.

- Faire une analyse critique de l'intégration des enjeux de durabilité dans les stratégies de management et pratiques marketing.

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	9h
TD	Travaux Dirigés	9h

Plan du cours

Chapitre 1 : Définitions et concepts (tourisme durable, destination, cadre administratif, destination branding, Organisme de Gestion de Destination...)

Chapitre 2 : Management stratégique et durable des destinations touristiques (attractivité, performance, indicateurs de durabilité, positionnement...)

Chapitre 3 : Marketing durable des destinations touristiques

Chapitre 4 : Application à des destinations concrètes (projet à mener en groupe)

Compétences visées

- Comprendre les particularités de gestion d'une destination touristique.
- Maîtriser les outils marketing et leur application aux destinations.
- Savoir élaborer des stratégies de développement touristique durables.

- Prendre en considération les enjeux de durabilité.

Bibliographie

- Coordonné par Clergeau, C. et Peypoch, N. (2019). La recherche en management du tourisme.
- Le Roy, C. (2024). Vulnérabilités des territoires touristiques face à la crise climatique : proposition d'un cadre méthodologique pour les organismes de gestion de destination français. Mondes en développement, N° 206(2), 87-106.
- Petr, C. (2015). Le Marketing du tourisme - 2e éd. (2e éd.). Dunod.

Infos pratiques

Lieux

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