

# Marketing des services et du tourisme



## En bref

- › **Langues d'enseignement:** Français
- › **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

## Présentation

### Description

Le cours présentera les principaux concepts et théories du marketing des services et du tourisme. Les concepts seront illustrés par des cas réels d'entreprises, en France et à l'international.

### Objectifs

- \* Maîtriser les principaux concepts et théories du marketing des services et du tourisme.
- \* Comprendre et analyser, dans une perspective critique, le marketing d'entreprises du secteur des services et du tourisme.
- \* Connaître les principales tendances du tourisme domestique international.
- \* Connaître les opportunités d'emplois liées aux secteurs des services et du tourisme. .
- \* Appliquer les concepts et outils du développement durable au marketing des services et du tourisme

### Heures d'enseignement

CM Cours Magistral 18h

### Pré-requis obligatoires

## Compétences visées

- \* Etre capable de réaliser le diagnostic externe et interne d'une entreprise des services ou du tourisme, en utilisant les outils et concepts adéquats.
  - \* Etre capable de formuler un marketing stratégique et opérationnel pertinent pour une entreprise de services ou du tourisme, basé sur le diagnostic préalablement effectué
  - \* Etre capable d'avoir un regard critique sur le marketing des entreprises des services et du tourisme
- 

## Bibliographie

Frochot I. & Legohérel P., 2018, Le marketing du Tourisme, Dunod (4ème édition).

Gabriel P., Divard R. & Le Gall-Ely M., 2014, Marketing des Services, Dunod.

## Infos pratiques

---

### Lieux

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

### Campus

- › Chambéry / campus de Jacob-Bellecombette