

Marketing des services et du tourisme (MARK401_LEA)



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. & Legohere 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