

Marketing des services et du tourisme (MARK401_LEA)



Composante
UFR Lettres,
Langues et
Sciences
Humaines

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

Marketing des services et du tourisme - CM

Cours Magistral

18h

Pré-requis obligatoires

Fondamentaux du Marketing

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. & Legoyer P., 2018, Le marketing du Tourisme, Dunod (4ème édition).

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

Compétences acquises

Macro-compétence

Micro-compétences

Infos pratiques

Lieux

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

Campus

› Chambéry / campus de Jacob-Bellecombette