

# Marketing opérationnel et digital en HR



## En bref

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

## Présentation

### Objectifs

Acquérir un corpus de connaissances relatif au marketing hôtelier dans sa composante opérationnelle. Cet ensemble de connaissances doit permettre à l'étudiant de concevoir puis utiliser des outils marketing, notamment digitaux, pour promouvoir son futur établissement.

### Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	8h
TD	Travaux Dirigés	8h

### Pré-requis obligatoires

Ensemble des notions de marketing acquises lors de la préparation du diplôme Bac+2

### Plan du cours

Un site dédié aux étudiants permet de retrouver l'ensemble des cours, articles, travaux à mener

Intro : Psychologie du consommateur en H/R	
Chapitre 1 : Le marketing matière mouvante	
Chapitre 2 : La fidélisation du client	
Chapitre 3 : Le prix	
Chapitre 4 : Droit et marketing	
Chapitre 5 : La restauration hôtelière	
Chapitre 6 : La restauration commerciale	
Chapitre 7 : Mailing et e-mailing	
Chapitre 8 : Pourquoi le digital ?	
Chapitre 9 : Le Social Customer Relationship	
Chapitre 10 : Utilisation de Facebook	
Chapitre 11 : Utilisation d'Instagram	
Chapitre 12 : Le marketing d'Influence	
Chapitre 13 : La négociation commerciale	

---

## Informations complémentaires

Responsable du cours Serge GIACOMETTI

---

## Compétences visées

Capacité à analyser les tendances du marché et le comportement du client

Capacité à concevoir, produire et publier des contenus digitaux multi-supports en respectant le dispositif légal

Capacité à appréhender une situation de négociation commerciale

---

## Bibliographie

Articles universitaires disponibles sur le site Internet dédié aux étudiants  
Ouvrages destinés à la formation de niveau Bac  
+2  
Revue professionnelle

## Infos pratiques

---

### Lieux

› Thonon-les-Bains (74)