

## **FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE**

### **Département TOURISME**

**Vous souhaitez communiquer efficacement sur votre activité touristique, promouvoir vos nouveaux projets et souhaitez avoir toutes les cartes en main...**

Vous avez désormais l'opportunité de prendre du recul en positionnant votre entreprise dans son contexte touristique et culturel, de comprendre les clés conceptuelles, sociologiques, environnementales qui favorisent le développement d'une activité touristique.

De plus, faites-vous accompagner dans le positionnement et la communication d'un projet de votre entreprise.

## **Marketing et Communication** **Touristiques et Culturels des Territoires**

Executive MBA part time  
Ecole Supérieure de Commerce et de Management

## **Partie I : Votre entreprise dans son contexte touristique et culturel**

<b>Unité de Valeur</b>	<b><u>PROBLEMATIQUE ET CONCEPTS DU DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE</u></b> <i>(Comprendre les aspects sociologiques et les concepts gagnants relatifs au développement du tourisme)</i>
<b>Compétences visées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comprendre et développer une activité touristique en France et dans le monde.</li> <li>➤ Anticiper les choix de la clientèle pour une activité touristique, un lieu plutôt qu'un autre.</li> <li>➤ Acquérir une vision globale des concepts touristiques.</li> <li>➤ Utiliser ces concepts au service des territoires et de ses acteurs.</li> <li>➤ Gérer des conflits et interactivités entre les différents acteurs</li> </ul>
<b>Contenu indicatif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Anthropologie du tourisme.</li> <li>➤ Fondements d'une politique de médiation culturelle et touristique.</li> <li>➤ Développement durable : concepts et objectifs.</li> <li>➤ Approche sociologique du développement touristique.</li> </ul>

<b>Unité de Valeur</b>	<b><u>TOURISME ET TERRITOIRE</u></b> <i>(Positionner le tourisme dans son environnement territorial)</i>
<b>Compétences visées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Gérer le fonctionnement, de l'environnement global d'un territoire quelque soit sa taille (qu'il s'agisse d'une commune, d'un pays ou d'une région du monde)</li> <li>➤ Analyser l'espace territorial dans sa diversité et ses contraintes.</li> <li>➤ Dégager les enjeux et comprendre les implications politiques et commerciales.</li> </ul>
<b>Contenu indicatif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Géographie du tourisme : flux, destinations, paysages et représentations.</li> <li>➤ Environnement et sitologie : contraintes et modèles d'espaces touristiques.</li> <li>➤ Principales politiques touristiques : de la « devise-lit » au développement intégré.</li> <li>➤ Structures et institutions touristiques territoriales.</li> </ul>

<b>Unité de Valeur</b>	<b><u>METHODOLOGIES DE LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS</u></b> <i>(Utiliser les paramètres économiques et sociaux déterminants du secteur du tourisme pour déterminer sa stratégie organisationnelle)</i>
<b>Compétences visées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Maîtriser opérationnellement la communication des organisations touristiques et culturelles</li> </ul>
<b>Contenu indicatif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Théories de l'Information et de la Communication et sciences sociales.</li> <li>➤ Stratégies de communication dans l'environnement économique et social.</li> <li>➤ Organisation, structures et fonctions.</li> <li>➤ Méthodologie écrite</li> <li>➤ Méthodologie orale</li> </ul>

## **Partie II : Mise en place d'une stratégie, d'un plan d'action marketing et de communication spécifique pour votre entreprise**

<b>Unité de Valeur</b>	<b><u>SPECIALISATION PROFESSIONNELLE EN MARKETING TOURISTIQUE</u></b>  <i>(Concevoir, Appliquer, Manager la stratégie marketing de votre entreprise)</i>
<b>Compétences visées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mettre en place une politique marketing</li> <li>➤ Elaborer une analyse Marketing</li> <li>➤ Proposer des stratégies cohérentes.</li> </ul>
<b>Contenu indicatif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Marketing stratégique et opérationnel.</li> <li>➤ Marketing de l'offre</li> <li>➤ Marketing de la demande.</li> <li>➤ e-marketing.</li> <li>➤ Marketing du tourisme.</li> <li>➤ Etudes marketing</li> <li>➤ Droit du e-business</li> </ul>

<b>Unité de Valeur</b>	<b><u>SPECIALISATION PROFESSIONNELLE EN COMMUNICATION TOURISTIQUE</u></b>  <i>(Concevoir, Appliquer, Manager la stratégie communication de votre entreprise)</i>
<b>Compétences visées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Concevoir une politique de communication appropriée à son activité</li> <li>➤ Mettre en place une politique de communication</li> <li>➤ Elaborer, structurer et réaliser des stratégies cohérentes de communication en adéquation avec les politiques et contraintes territoriales</li> <li>➤ Suivre et contrôler la politique de communication</li> </ul>
<b>Contenu indicatif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cultures, transformations médiatiques et stratégies éditoriales.</li> <li>➤ Logiques, supports et rhétoriques de l'écriture multimédia.</li> <li>➤ Méthodologie de diagnostic et d'évaluation de politiques de communication plurimédias.</li> <li>➤ Communication du tourisme.</li> <li>➤ Présentation de pratiques et de productions numériques dans les secteurs de la culture et du tourisme.</li> <li>➤ Conduite de projets collectifs.</li> </ul>

<b>Unité de Valeur</b>	<b><u>DOSSIER PROJET</u></b>  <i>(Concevoir un dossier de présentation relatif à la stratégie et au plan d'action marketing et communication lié à son activité et tester sa viabilité)</i>
<b>Compétences visées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Analyser un contexte, détecter les problématiques, esquisser les solutions, et rédiger un plan stratégique dans un dossier synthétique et pragmatique</li> <li>➤ Présenter un dossier à un conseil d'administration, une agence de communication, un maire, un président de région...</li> </ul>
<b>Contenu indicatif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Problématique de l'entreprise ou du projet</li> <li>➤ Méthodologie de recherche</li> <li>➤ Analyses de cas et exemples.</li> <li>➤ Outils méthodologiques informatiques de la recherche écrite</li> </ul>

### **Partie III : Formations complémentaires**

<b>Unité de Valeur</b>	<b><u>OUTILS DE COMMUNICATION</u></b> <i>(Modules à la carte en fonction des compétences manquantes et besoins spécifiques)</i>
<b>Compétences visées</b>	➤ Appliquer les connaissances informatiques et linguistiques attachées au secteur touristique
<b>Contenu indicatif</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Outils informatiques (ex : MS project...)</li><li>➤ Outils d'analyse et d'aide à la décision (ex : PNL)</li><li>➤ Français du tourisme</li><li>➤ Anglais du tourisme</li><li>➤ Langages et communication</li></ul>