

Stratégie et techniques de commercialisation

Infos pratiques

- > ECTS : 3,0
- > Nombre d'heures : 24,0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +3
- > Période de l'année : Enseignement sixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Sciences sociales et administration

Présentation

Maîtriser et savoir mettre en œuvre les différentes actions marketing et commerciales dont dispose une entreprise hôtelière pour agir sur le marché

Évaluation

Un devoir surveillé
Une épreuve orale
Un examen final

Compétences visées

Compréhension d'une démarche marketing, de l'analyse des marchés et de la stratégie d'une entreprise hôtelière
Maîtrise des principales tendances de notre industrie
Maîtrise des techniques de commercialisation
Développement de l'esprit d'analyse mais aussi de l'esprit critique

Bibliographie

Le Mercator
Marketing touristique et hôtelier C Dechavanne

Ressources pédagogiques

Plan du cours

- Comprendre le marché, les principales évolutions sociétales de ces 30 dernières années ainsi que le comportement du consommateur
- Comment élaborer une stratégie commerciale et marketing en établissant un diagnostic précis de la situation de l'entreprise sur son marché
- Comment élaborer un marketing mix cohérent et efficace en intégrant l'innovation et les nouveaux usages
- Maîtriser les politiques produit, prix, distribution et communication dans l'industrie hôtelière ainsi que l'outil CRM