



FRANÇAIS + Marketing du Tourisme

OCTOBRE 2011

Programme:	28h de cours de français et 21h de cours de Marketing du Tourisme (Possibilité de passer un test d'une heure et de valider 5 crédits ECTS)
Lieu:	Anncy
Niveaux:	Niveau B2 minimum
Durée:	2 semaines
Dates:	Du 10 au 21 octobre: Le 10, 11, 12, 13, 14, 19 et 21 octobre cours de français général selon niveau du participant. Le 17, 18 et 20 octobre séminaire sur le Marketing du Tourisme en partenariat avec IPAC School of Management.
Inclus dans le prix:	Matériel pédagogique, accès internet et WIFI.
Prix sans logement:	Prix des cours : 630€
Prix avec logement:	Famille d'accueil avec petit-déjeuner : 995€ Famille d'accueil en demi-pension : 1090€ Studio individuel : 1220€

Contact: infos@ifalpes.fr
Téléphone : +33 (0)4 50 45 38 37
Adresse: 42 Chemin de la Prairie, 74000, Annecy, France

Programme Séminaire MARKETING DU TOURISME ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

CONTENU DU PROGRAMME DE COURS

Journée 1	
Objectif	Comprendre les enjeux du marketing touristique, grâce à une exploration des principes de la consommation touristique.
Contenu	<p>Les idées force de l'approche marketing du tourisme</p> <p>La consommation touristique : clés de compréhension générale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encouragements et obstacles à la consommation touristique • Comment le consommateur touristique se décide t-il pour un produit ? • Les données socio économiques et culturelles impactent l'attitude du consommateur touristique
Journée 2	
Objectif	Etre en mesure d'élaborer des stratégies marketing, de déterminer des objectifs et un positionnement cohérents, grâce à une connaissance des principaux axes de développement marketing.
Contenu	<p>Les axes stratégiques du marketing du tourisme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développer les stratégies de marque • Développer un marketing de la « Qualité + » • Développer une individualisation de la relation avec le client • Segmenter l'offre par affinités des clients
Journée 3	
Objectif	<p>Le marketing du tourisme en actions. Découvrir et comprendre le marketing du tourisme à travers un certain nombre d'exemples appliqués de terrain.</p> <p>Mettre en œuvre les connaissances et les compétences acquises lors des deux journées précédentes dans le cadre d'études de cas (travaux pratiques)</p>
Contenu	<p>Etudes de cas problématiques à résoudre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Savoir analyser une problématique • Savoir élaborer plusieurs solutions alternatives • Présenter et préconiser une stratégie de marketing touristique