Descriptif de module

Domaine : Economie & Services
Filière : Economie d'entreprise
Option : Management territorial

1. Intitulé de module Tourisme au service du marketing territorial 2022-2023

Code : 5op450

Type de formation :
☒ Bachelor ☐ Master ☐ MAS ☐ DAS ☐ CAS ☐ Autres :

Niveau :
☒ Module de base
☐ Module d'approfondissement
☐ Module avancé
☐ Module spécialisé
☐ Autres :

Caractéristique :
☒ Module obligatoire dont l'échec peut entrainer l'exclusion définitive de la filière selon l'art. 25, du Règlement sur la formation de base (Bachelor et Master) en HES-SO

Type :
☒ Module principal
☐ Module lié au module principal
☐ Module facultatif ou complémentaire
☐ Autres :

Organisation temporelle :
☐ Module sur 1 semestre
☒ Module sur 2 semestres
☒ Semestre d'automne
☒ Semestre de printemps
☐ Autres :

2. Organisation

Crédits ECTS : 9 pour chacun des modules semestriels

Langue principale d'enseignement :
☒ Français
☐ Allemand
☐ Autres :
☐ Italien
☐ Anglais

3. Prérequis

☐ Avoir validé le module
☐ Avoir suivi le module
☒ Pas de prérequis
☐ Autres :

4. Compétences visées / Objectifs généraux d'apprentissage

L'étudiant va développer ses connaissances du milieu touristique et acquérir des compétences clés dans le management et le marketing territorial durable. A la fin de cette option, il devra notamment :

- Comprendre les enjeux du marketing territorial, l'importance de la ou des marques, leur intégration par les acteurs de la branche et la cohérence de l'offre régionale.
- Être capable de comprendre, en fonction des typologies de territoires et de gouvernance, le rôle que peut jouer le tourisme en tant qu'élément déterminant du développement et du marketing territorial.
- Connaitre les grands axes de développements régionaux, les publics cibles, les besoins et les enjeux ainsi que les différentes parties prenantes concernés par l'activité touristique régionale.
- Intégrer l'impact des nouvelles tendances de consommation et les nouveaux enjeux liés à l'économie touristique durable.
- Comprendre les mécanismes de la création de produits touristiques et être capable de les mettre en pratique.
- Comprendre et s'approprier les mécanismes de planification d'un événement, en tenant compte des critères de durabilité (Event Design Canva).

5. Contenu et formes d'enseignement

1. Le marketing territorial
    1.1. La (les) marques territoriale(s)
    1.2. Le positionnement de l'offre régionale
    1.3. Le management de destination

2. Bases du tourisme
    2.1. Les principes généraux (incoming/outgoing, acteurs, destinations etc.)
    2.2. Les flux
    2.3. Les produits (spécificité du produit touristique, création, positionnement, communication, coûts)
    2.4. Les tendances actuelles (offre/acteurs, demande)
    2.5. Les marchés liés aux enjeux régionaux (le tourisme d'affaires, le tourisme urbain, le tourisme culturel, le terroir et la gastronomie, la culture)
    2.6. L'impact de la digitalisation sur le tourisme (management, marketing, produits, marchés/ acteurs)

3. L'Event management
    3.1. Du concept à l'organisation d'un événement : design, étapes clés, boîte à outils
    3.2. Renforcer son positionnement territorial grâce à une bonne stratégie événementielle : prototypage & mise en pratique

4. L'économie touristique durable
    4.1. Enjeux liés aux nouvelles exigences des clients et du changement climatique, nouveaux investissements, coûts et bénéfices
    4.2. Intégration durable et positionnement de produits et événements responsables
    4.3. Mise en valeur et communication

L'enseignement se fait sous forme de cours frontaux, de travaux de groupe, de projets et de découverte de produits ou de lieux représentatifs des meilleures pratiques actuelles, dans le cadre de visites de terrain. Les finances du tourisme ne sont pas abordées directement mais font partie des éléments de base, du marketing, de l'Event, du positionnement et de la communication. Dans le cadre des situations concrètes, les étudiants mettront en application les connaissances acquises au cours des premières années de la formation.

6. Modalités d'évaluation et de validation

L'évaluation du module se fera en principe de la manière suivante : contrôles continus, travaux pratiques (projets).

7. Modalités de remédiation

☒ Remédiation obligatoire si le résultat du module est compris entre 3,5 et 3,9 / 6.
☐ Pas de remédiation
☐ Autres modalités :

Autres modalités de remédiation

En cas de remédiation, seule la note de l'examen de remédiation sera prise en compte.
Un module répété ne peut pas être remédié.

8. Bibliographie

Sera fournie en classe.