

**Intitulé**

Intitulé du parcours type : Actions de commercialisation de produits touristiques

Mention de rattachement : Management des activités commerciales

COMUE / UNIVERSITE / ECOLE : UNIVERSITE GRENOBLE ALPES

**Secteurs d'activités et types d'emplois accessibles par le détenteur de ce parcours type**

79.11Z Activités des agences de voyages  
 7912 Z : Activités de voyagistes  
 7990 Z : Autres services de réservation et activités connexes  
 9321 Z : Activités de parcs d'attractions et parcs à thèmes  
 9329 Z : Autres activités récréatives et de loisirs  
 4778 C : Autres commerces de détail spécialisés divers

**Type d'emploi**

Commercial en produits touristiques ou en loisirs  
 Agent de développement du tourisme local  
 Animateur et/ou chargé de promotion du tourisme local  
 Manager d'unité commerciale ou de structure touristique  
 Assistant voire chef de produit (Billetterie, évènementiel, communication...)  
 Responsable des ventes

**Code ROME (5)**

D1402 RELATION COMMERCIALE GRANDS COMPTES ET ENTREPRISES

M1707 STRATEGIE COMMERCIALE

G1102 PROMOTION DU TOURISME LOCAL

G1301 CONCEPTION DE PRODUITS TOURISTIQUES

G1403 GESTION DE STRUCTURE DE LOISIRS OU D'HEBERGEMENT TOURISTIQUE

**Activités et compétences spécifiques du parcours type**

Activités visées par le parcours type	Compétences attestées pour pouvoir exercer ces activités
<b>Établissement de veilles, diagnostics et outils permettant l'identification des besoins d'un public cible dans un contexte concurrentiel</b>	Conduire des études de marché Analyser les besoins des consommateurs Mener un diagnostic stratégique
<b>Élaboration d'une offre touristique et/ou commerciale en vue de sa promotion et de sa commercialisation</b>	Construire un plan de marchéage (définition du produit / fixation du prix / choix des canaux de distribution / déclinaison d'un plan média) cohérent avec les éléments stratégiques Appliquer les éléments clefs d'une négociation (plan de découverte / argumentation / réfutation des objectifs) pour mener à bien la relation commerciale
<b>Mise en valeur d'une offre par des actions de communication (tous canaux, tous supports) et développement de la prospection clientèle (en B to B ou B to C).</b>	Mener des actions de marketing direct Choisir, parmi les différents outils de communication, ceux adaptés aux enjeux de l'entreprise
<b>Promotion d'un territoire riche en diversité (culturelles, de loisirs, gastronomiques ou œnologiques...) dans une démarche qualité (certifications...) alliant prestataires privés et publics</b>	Connaître les spécificités d'un territoire local Connaître les différents acteurs de la cité, leurs interactions
<b>Accueil et accompagnement de touristes (dont une grande proportion provenant de l'International) en appréhendant leurs spécificités culturelles pour des propositions commerciales et/ou de service adéquates correspondant à leurs aspirations et dans la représentation d'un territoire</b>	Adopter des propositions en adéquation des attentes des touristes français et anglais Proposer en anglais des services en adéquation des besoins exprimés par les clients
<b>Adhésion de l'ensemble des membres de la structure (notamment dans la gestion de l'équipe commerciale) pour rendre pérennes les actions visées en lien avec la stratégie de l'entreprise</b>	Proposer des objectifs de ventes ou y adhérer Stimuler la force de vente Proposer des outils de négociation Entretenir une relation commerciale durable

**Spécialités de formation**

312 - ECHANGES ET GESTION COMMERCE, VENTE

334 - SERVICES AUX PERSONNES ACCUEIL, HOTELLERIE, TOURISME		
335- SERVICES AUX PERSONNES ANIMATION SPORTIVE, CULTURELLE ET DE LOISIRS		
<b>Mots clefs</b>		
COMMERCIALISATION D'OFFRE TOURISTIQUE		
DEVELOPPEMENT COMMERCIAL		
PROMOTION ET ANIMATION D'UN TERRITOIRE		
ACCUEIL ET ACCOMPAGNEMENT D'UNE CIBLE COMMERCIALE ET TOURISTIQUE		
VALORISATION D'UNE PRESTATION DE SERVICE		
<b>Modalités d'accès pour le parcours concerné (uniquement si différentes de celles appliquées pour la mention de rattachement)</b>		
<b>Conditions d'inscription à la certification</b>		<b>Composition des jurys</b>
Après un parcours de formation sous statut élève ou étudiant	OUI	une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
Après un contrat d'apprentissage	OUI	une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
Après une formation continue	OUI	une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
En contrat de professionnalisation	OUI	une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
Par candidature individuelle	OUI	une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
		<b>Composition des jurys VAE</b>
Par expérience dispositif VAE prévue en 2002	OUI	une majorité d'enseignants-chercheurs des personnes ayant une activité principale autre que l'enseignement et compétentes pour apprécier la nature des acquis, notamment professionnels, dont la validation est sollicitée
<b>Le cas échéant, ciblez trois compétences associées et leurs UE afférentes</b>		
<b>Compétences</b>		<b>UE</b>
Appliquer les fondamentaux du marketing, négociation commerciale, anglais des affaires		UE1 Outils et compétences de gestion
Proposer une stratégie commerciale générale, Web marketing et manager des équipes commerciales		UE3 Développement commercial
Connaître l'économie du tourisme et des loisirs, tourisme thermal et culturel, tourisme fluvial, tourisme de la gastronomie et œnotourisme, marketing territorial, activités de loisirs, labellisation et qualité, pratiquer une approche culturelle de la consommation		UE 4 Environnement du tourisme et des loisirs
<b>Statistiques</b>		
NON DISPONIBLE		
<b>Lieu de certification</b>		
UNIVERSITE GRENOBLE ALPES - 38400 Saint Martin d'Hères		
<b>Lieu(x) de préparation à la certification déclaré(s) par l'organisme certificateur</b>		
IUT DE VALENCE 51 RUE BARTHELEMY DE LAFFEMAS BP29 26901 VALENCE CEDEX 9		
<b>Liens avec d'autres établissements proposant le(s) même(s) parcours-type(s)</b>		
<b>Historique</b>		
Cette formation a ouvert en rentrée 2016 en contrat de professionnalisation et sera dès la rentrée de 2017 aussi ouverte en contrat d'apprentissage.		
<b>Liste des liens sources</b>		
Site internet de l'autorité délivrant la certification		
<a href="http://www.univ-grenoble-alpes.fr">http://www.univ-grenoble-alpes.fr</a>		