

UE Marketing du tourisme sportif

 **ECTS**
3 crédits

 **Crédits ECTS**
Echange
3.0

 **Composante**
UFR STAPS
(sciences et
techniques
des activités
physiques et
sportives)

 **Période de**
l'année
Toute l'année

- > **Langue(s) d'enseignement:** Français
- > **Méthodes d'enseignement:** En présence
- > **Forme d'enseignement :** Travaux dirigés
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui
- > **Catégorie d'enseignement pour les étudiants en échange:** Cours spécifique
- > **Crédits ECTS Echange:** 3.0
- > **Code d'export Apogée:** BAMS7UMK

Présentation

Description

Le cours présentera les grandes stratégies marketing des entreprises du secteur du tourisme sportif de montagne, et celles du marketing territorial / marketing des destinations appliquées aux territoires et destinations de montagne au sens large.

Une alternance d'outils théoriques et d'études de cas (Cours magistral + TD) rythmera les enseignements.

Heures d'enseignement

UE Marketing du tourisme sportif	CM	18h
----------------------------------	----	-----

Pré-requis recommandés

aucun

Contrôle des connaissances

	Nature d'évaluation durée	Coefficient %
CCF	Pas de CCF	
CT	Dossier	
Session 2	1 écrit d'1 heure	100%

Syllabus

La totalité des heures sera effectuée par JL Fuchs

- Fondamentaux du marketing du tourisme sportif / Analyse du contexte
- Les stratégies des entreprises du secteur, leur lien avec les territoires
- Les tendances et innovations marketing dans le domaine du tourisme sportif

Période : Semestre 7

Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

Libellé	Nature de l'enseignement	Type d'évaluation	Nature de l'épreuve	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'épreuve	Remarques
	UE	CC	Ecrit - devoir surveillé	30	1	40%	
	UE	CT	Ecrit - dossier			60%	

Seconde chance / Session de rattrapage - Épreuves

Libellé	Nature de l'enseignement	Type d'évaluation	Nature de l'épreuve	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'épreuve	Remarques
	UE	CT	Ecrit - dossier		1	100%	

Compétences visées

Maîtriser les stratégies classiques et innovantes du marketing touristique

Maîtriser les concepts de segmentation, ciblage, positionnement

Concevoir un plan d'action en lien avec le positionnement d'une entreprise ou d'un territoire, intégrant les tendances digitales.

Bibliographie

- Management du tourisme et des loisirs sportifs de pleine nature, P.CHAZAUD, presse universitaire du sport, territorial éditions – 2020.
- Tourisme sportif, territoires et sociétés, Riffaud, Le Roux, Perera, ELYA Editions 2021
- Marketing du tourisme : FROCHOT / LEGOHEREL – Dunod
- Marketing du tourisme et de l'accueil : KOTLER – Pearson
- Management du tourisme : territoires, offres et stratégies ; LOZATO-GIOTARD – Pearson

Infos pratiques

Contacts

Responsable pédagogique

Jean Louis Fuchs

✉ Jean-Louis.Fuchs@univ-grenoble-alpes.fr

Lieu(x) ville

› Grenoble

Campus

› Grenoble - Domaine universitaire