Bachelor Responsable Marketing Touristique

Titre certifié par l'état niveau II (Bac+3), inscrit au RNCP, délivré par le EFHT

ISCT
INSTITUT SUPERIEUR DE COMMERCE

Objectif de la formation

Ce Bachelor a pour objectif de former de futurs responsables marketing - commerce - communication dans le secteur touristique au vu de déboucher sur les postes de Responsable commercial-marketing-communication de complexes hoteliers, Agent de développement du tourisme local, Directeur d'office de tourisme, Responsable de structure de loisirs ou d'hébergement touristique, Chef de produits touristiques, Forfaitiste, Responsable d'agence de voyage...

Conditions d'admission

- Admission sur dossier et entretien.
- Niveau d'entrée : Titulaire d'un Bac+2 (toutes sections), ou par dérogation Bac + 10 ans d'expérience dans une activité équivalente dont 5 ans dans l'encadrement.

Statut – Rythme – Dates de rentrée

- Salarié en formation continue. CIF, CPF, Demandeur d'emploi. Contrat de professionnalisation…
- Nous consulter pour les plannings : 550 heures sur 3,5 mois de cours et 4 mois de stage.

Titre enregistré au RNCP délivré par le ISCT
Titre certifié par l'État Niveau II (Bac + 3)
J.O. du 25/07/2015

PROGRAMME

Marketing stratégique France et international

- Analyse et sélection des marchés. Analyse SWOT.
- Marketing mix : produit, prix, publicité, distribution. Stratégie de distribution, communication, organisation, suivi et contrôle.
- La veille marketing, produits, économique…
- Le plan marketing national et international.

Marketing opérationnel et techniques de commercialisation

- La mise en œuvre d'une stratégie commerciale et du plan d'actions commerciales. Planification des actions commerciales.
- Gestion d'un portefeuille clients.
- Organisation de la force de vente et des équipes commerciales.
- Plan de communication. Plan média. Publicité. E-Communication.
- Etablissement de l'offre commerciale.
- Les appels d'offre : analyser, préparer, répondre, négocier.

Communication & négociation interculturelle

- La communication interculturelle. Concepts clés de l'interculturel.
- Communiquer avec aisance. Construire un langage commun.
- Les codes de la communication et les différents styles de négociation.
- Les argumentaires commerciaux et d'achat, et entretiens de négociation.

Offres - contrats commerciaux - droit - finance

- Analyse des besoins. Appels d'offres. Cahier des charges.
- Analyse des réponses aux appels d'offres.
- Aspects juridiques : Droit commercial. Les différents types de contrats commerciaux, avec les différentes clauses et conditions générales de vente / achat. Accords cadres. Clauses contractuelles…
- Les documents commerciaux : facture proforma, commande, contrat...
- Finance d'entreprise et notions de comptabilité.
- Calcul des prix de vente et des marges commerciales.
- Les modes de paiements et les risques financiers.

Management des équipes et ressources humaines

- Gestion des Ressources Humaines.
- Mise en place et animation des équipes commerciales.
- Entraînement aux techniques de négociation.
- Les outils de gestion RH et de la performance commerciale.

Anglais (obligatoire) / Espagnol (facultatif)

Anglais oral et écrit dans l'environnement professionnel et commercial. Préparation au TOEIC (Test of English for International Communication). Espagnol facultatif.

Projet professionnel en entreprise

Réaliser un projet réel en entreprise reprenant l'essentiel des composantes d'enseignement. Rédaction d'un rapport de 40 pages et soutenance orale.

Marketing du tourisme

- Marketing stratégique du tourisme.
- E-marketing. Place branding.
- Communication publicitaire. Création de catalogue.
- Communication évènementielle.

Techniques touristiques

- Création d'évènements et organisation de produits touristiques (circuits, sites, évènementiels).
- Gestion de sites touristiques.
- Management de la qualité dans le tourisme.
- Calcul des prix de vente - Incoterms ICC 2010.
- Les documents commerciaux : facture proforma, commande, contrat de vente.
- Les argumentaires commerciaux.
- Les différents types de négociation : négociation internationale et pratiques interculturelles.

Développement commercial et marketing de projet touristique

- Négociation. Achat et vente. Négociation interculturelle.
- Stratégie de communication commerciale.
- Management et réseaux de distribution (Internet, agence, catalogue).
- Développement durable et éthique appliqués au secteur du tourisme.

Manager une structure et piloter un projet touristique

- Approche économique du projet.
- Définition du business plan. Financement de projet.
- Gouvernance des entreprises et organisations touristiques.
- Contrôle budgétaire - Gestion prévisionnelle.
- Connaissances géopolitiques, savoir-faire locaux
- Nouvelles tendances du tourisme : tourisme industriel, tourisme de montagne, tourisme viticole...
- Témoignages professionnels et partages d'expérience

Étude de cas d'entreprise

Les stagiaires travaillent pendant 3 mois en trinôme sur une étude de cas d'un programme d'Achat d'une entreprise. L'examen final comprend la remise d'un rapport et un grand oral de soutenance.

Institut Supérieur de Commerce de Toulouse
1 Impasse Marcel Chalard - Technoparc Basso Cambo Batiment 3
31100 Toulouse
Tél. : 05 34 47 01 19 | admissions@isct.fr
www.isct.fr

Raison sociale : ADEFI Formation