

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
Établissement de veilles, diagnostics et outils permettant l'identification des besoins d'un public cible dans un contexte concurrentiel	Conduire des études de marché Analyser les besoins des consommateurs Mener un diagnostic stratégique
Élaboration d'une offre touristique et/ou commerciale en vue de sa promotion et de sa commercialisation	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
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).	Mener des actions de marketing direct Choisir, parmi les différents outils de communication, ceux adaptés aux enjeux de l'entreprise
Promotion d'un territoire riche en diversité (culturelles, de loisirs, gastronomiques ou œnologiques...) dans une démarche qualité (certifications...) alliant prestataires privés et publics	Connaître les spécificités d'un territoire local Connaître les différents acteurs de la cité, leurs interactions
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	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
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	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		
Mots clefs		
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		
Modalités d'accès pour le parcours concerné (uniquement si différentes de celles appliquées pour la mention de rattachement)		
Conditions d'inscription à la certification		Composition des jurys
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
		Composition des jurys VAE
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
Le cas échéant, ciblez trois compétences associées et leurs UE afférentes		
Compétences		UE
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
Statistiques		
NON DISPONIBLE		
Lieu de certification		
UNIVERSITE GRENOBLE ALPES - 38400 Saint Martin d'Hères		
Lieu(x) de préparation à la certification déclaré(s) par l'organisme certificateur		
IUT DE VALENCE 51 RUE BARTHELEMY DE LAFFEMAS BP29 26901 VALENCE CEDEX 9		
Liens avec d'autres établissements proposant le(s) même(s) parcours-type(s)		
Historique		
Cette formation a ouvert en rentrée 2016 en contrat de professionnalisation et sera dès la rentrée de 2017 aussi ouverte en contrat d'apprentissage.		
Liste des liens sources		
Site internet de l'autorité délivrant la certification		
http://www.univ-grenoble-alpes.fr		