

Chargé(e) de Développement d'Activités Touristiques

Niveau 6
180 ECTS

Code NSF 334p, niveau 6 Délivré en partenariat avec EFHT - enregistré au RNCP par arrêté du 19 janvier 2021, publié au Journal officiel le 22 janvier 2021.

L'accès généralisé des ménages à internet a métamorphosé la façon de préparer un séjour ou un voyage. Le développement des pratiques de recherche de documentation et d'échanges d'information en ligne, sur les territoires et leur patrimoine ainsi que sur la qualité des services, obligent les professionnels du tourisme à repenser les services offerts et plus globalement leur métier.

Ces derniers ont besoin aujourd'hui de «Chargé(e) de Développement d'Activités Touristique» formés à la fois aux métiers du tourisme mais également dotés d'une maîtrise des outils de e-marketing et de e-business.

Le développement des critères éthiques du développement durable, tant du côté des voyageurs que du côté des concepteurs (publics ou privés) de produits touristiques se traduit par le besoin de professionnels en capacité de valoriser le patrimoine naturel, culturel et les savoir-faire locaux.

L'émergence d'une nouvelle clientèle étrangère à hauts revenus (russe, arabe, latino-américaine, asiatique) représente un pôle de développement important pour le tourisme réceptif. Les entreprises sont obligées d'adapter leur offre ce qui suppose des professionnels formés à l'interculturel, aux langues étrangères.

Ce cycle d'études permet de valider le Bachelor Tourisme à IFC.

Règlement d'examen ● ● ●

	Mode
Définition et mise en place de l'accueil touristique	Coef 7 CCF + oral
Définition et mise en oeuvre de la stratégie et du dvp commercial d'une unité touristique	Coef 9 CCF + oral
Analyse, élaboration et développement de l'offre touristique	Coef 9 CCF + oral
Gestion et management d'une unité touristique	Coef 3 CCF
Grand Oral : Rapport d'activités	Coef 8 Oral

Perspectives

Directeur d'hébergement touristique
Directeur d'office de tourisme
Conseiller en développement local
Chargé de mission tourisme
Responsable de commercialisation
Chef de produit

Modalités

- En Alternance au rythme de 2 jours de cours par semaine et 3 jours en entreprise.
- En formule DECLIC (4 mois de stages en entreprise obligatoires).
- En formation continue (CIF et VAE).

Conditions

Niveau scolaire :
Être titulaire d'un BAC+2 (DUT, BTS, L2) et avoir satisfait à l'étude du dossier et aux épreuves de sélection.

8 centres de formation dans le sud-est

Alès, Avignon, Marseille, Nîmes, Montpellier, Perpignan, Saint-Étienne et Valence



Chargé(e) de Développement d'Activités Touristiques



● ● ● Programme de la formation

● ACCUEILLIR LES ETRANGERS EN FRANCE

- Définition d'agence réceptive et son rôle dans le circuit de production,
- Conception d'un produit touristique pour le segment loisirs,
- Analyse des marchés consolidés – Allemagne, Italie, Espagne, Japon et USA
- Analyse des marchés émergents BRIC – Brésil, Russie, Inde et Chine

▼ ETUDES DE MARCHES / VEILLE CONCURRENTIELLE

- Savoir explorer des sources, repérer les infos utiles, les croiser pour les valider
- Identifier pour quelles cibles ? / nouveaux besoins
- Traduire sous forme de proposition une piste retenue en la justifiant.
- Méthode marketing, dictée par la connaissance du client, de ses besoins et attentes
- Découvrir qui sont mes concurrents, que proposent-ils ?
- Identifier nos avantages concurrentiels, et rédiger un descriptif d'offre innovantes. La présenter devant un professionnel, l'argumenter et la défendre.

● REALISATION D'UN PRODUIT TOURISTIQUE

- Tarification aérienne, ferroviaire
- Utilisation du GDS AMADEUS comme base de données de transports aériens en vue de montage de produits touristiques.
- Connaissance de base de la tarification
- Codification aérienne
- Lecture des disponibilités aérienne et des devis tarifaires
- Tarification et recherche du prix le plus bas.

● CONNAISSANCES TOURISTIQUES

- Argentine & Chili : Grands espaces à exploiter
- La Route de la Soie
- STOP OVER : Les Emirats & le Sultanat d'Oman
- City Break & Tourismophobie : Venise
- Développement durable & tourisme responsable
- Tourisme Sportif : La Réunion & Madère
- Relance d'une destination sinistrée (Tunisie, Turquie, Egypte, Phuket)
- Les routes touristiques à thème : Route romantique de Bavière et Voie verte de la Loire
- France bien-être : Thalasso, Balnéo et thermalisme
- Destination très lointaine : Japon & Nouvelle Zélande

● ACCUEIL EN HOTELLERIE : LES NOUVELLES TENDANCES

- Bilan de la situation économique du secteur de l'hôtellerie en période de COVID en France
- Focus sur l'hôtellerie de luxe parisienne
- Quelles stratégies efficaces pour relancer l'économie hôtelière ?
- Nécessité de repenser sa stratégie commerciale et de communication
- Les nouveaux hôtels du "Futur" : des projets innovants et une offre écolo-luxe
- Recherche de thématique autour de l'hôtellerie pour la soutenance orale
- Comment s'adapter aux changements, à ce nouveau paradigme ?
- L'importance de l'Intelligence Émotionnelle (posture, softskills, madskills...)
- Quels sont les softskills les plus recherchés ?

● DROIT DU TOURISME

- Le contrat de vente de voyages et la protection du consommateur
- Règlementation du contrat de transport
- Règlementation du contrat hôtelier

● SIMULATION DE VENTE D'UN PRODUIT TOURISTIQUE

- Technique de veille
- Préparer un entretien de vente
- Posture professionnelle
- Ouverture d'un entretien, accueil du client,
- Découverte des besoins et des motivations d'achat du client (SACOL)
- Les règles de l'argumentation
- La présentation des prix,
- Le traitement des objections
- Conclure une vente
- Créer et vendre un concept pour le tourisme de demain
- Simulation de vente

● BASES RH ET DROIT DU TRAVAIL

- Relations individuelles du travail
- Relations collectives
- Les autres formes de collaboration
- Créer, motiver en encadrer son équipe
- Suivi de la gestion des RH

● PROGRAMMATION D'UN PRODUIT TOURISTIQUE

- Analyser une destination vs son potentiel touristique
- Analyser le marché – Bench concurrence
- Réflexion sur le positionnement et la création d'un produit
- Prise de contacts, échanges et négociation avec les partenaires choisis sur la destination
- Positionnement prix/produit – et définition des arguments commerciaux
- Plan de communication et de distribution
- Comment défendre son produit et le présenter devant une direction de production
- Comment détailler, rédiger, illustrer

● STRATEGIE DIGITALE – WEB MARKETING - OUTILS INFORMATIQUES

- Comprendre l'évolution du commerce en ligne dans le monde. Son évolution, ses outils et nouvelles tendances actuelles.
- Réaliser les nouveaux enjeux du tourisme en ligne.
- Développer les entreprises du tourisme et de l'hôtellerie par le marketing digital.
- Savoir auditer et améliorer la présence digitale d'une entreprise
- Définir les leviers cohérents à mettre en place pour réaliser sa stratégie à court, moyen et long terme.
- Excel

● PROJET EVENEMENTIEL - MICE

- Définition et concepts d'introduction
- Les phases de l'évènement
- Présentation au client et commercialisation de l'évènement
- Réalisation de l'évènement et debriefing

● INITIATION A LA GEOPOLITIQUE

- Acquérir les concepts de base de la géopolitique
- Connaître les enjeux de la mondialisation, de l'intégration régionale et des enjeux internationaux

● INITIATION A LA GESTION FINANCIERE

- Maîtrise des outils d'analyse du Bilan
- Utilisation des calculs financiers
- Concevoir et analyser un budget de trésorerie
- Financer et rentabiliser un investissement

