



CHARGÉ(E) DE DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS DE TOURISME



BACHELOR

BAC+3

POURQUOI CHOISIR CETTE FORMATION ?

BACHELOR LE PROGRAMME :



Cette formation développe des compétences en e-marketing, valorisation du patrimoine et tourisme durable. L'alternance offre un équilibre entre théorie et pratique, avec un diplôme reconnu et une année d'expérience, garantissant une insertion réussie dans le secteur.

L'essor d'internet a transformé la manière de planifier voyages et séjours. La recherche en ligne et les échanges d'informations sur les destinations, leur patrimoine et la qualité des services obligent les professionnels du tourisme à innover. Les agences recherchent aujourd'hui des Chargé(e)s de Développement de Produits de Tourisme maîtrisant à la fois les métiers du secteur, l'e-marketing et l'e-business.

Ce Bac+3, proposé en alternance à l'IFC, répond aux besoins croissants de valorisation du patrimoine naturel, culturel et des savoir-faire locaux, dans une démarche éthique et durable. Contrairement à une Licence classique, il offre un diplôme reconnu et une année d'expérience professionnelle, alliant théorie et pratique pour une insertion réussie dans un secteur en constante évolution.

POURQUOI CHOISIR IFC ?

 Plus de 30 ans d'expérience

 Accompagnement

 Titres certifiés

 Insertion professionnelle

 Candidature gratuite

 Proximité

BLOC 1 : CONCEVOIR DES PRODUITS DE TOURISME ET DE VOYAGE ALIGNÉS AVEC LES ATTENTES DU MARCHÉ

Veille stratégique et analyse de marché :

- Identifier les tendances émergentes du tourisme (technologiques, sociétales, environnementales).
- Analyser les comportements des consommateurs et les offres de la concurrence.
- Évaluer le potentiel de nouveaux segments de marché.
- Conception de produits innovants

Créer des concepts de produits touristiques répondant aux attentes des clients :

- Définir les caractéristiques et les objectifs d'un produit touristique.
- Évaluer la faisabilité technique et économique d'un projet.

Marketing et commercialisation :

- Élaborer des stratégies de pricing et de distribution efficaces.
- Créer des supports de communication attractifs et adaptés.
- Mesurer la performance des produits et ajuster les stratégies.

Gestion de projet :

- Planifier, organiser et coordonner les différents projets.
- Gérer les budgets et les délais.
- Assurer la qualité des prestations.

Soutenabilité et développement durable :

- Intégrer les enjeux environnementaux et sociaux dans la conception des produits.
- Choisir des partenaires engagés dans une démarche responsable.

BLOC 2 : PRODUIRE DES PRODUITS DE TOURISME ET DE VOYAGE PAR L'ACHAT ET L'ASSEMBLAGE DES DIFFÉRENTES COMPOSANTES DE L'OFFRE

Sourcing de prestataires :

- Identifier et sélectionner des fournisseurs et prestataires (hébergements, transports, activités...) répondant aux critères de qualité, de prix et de RSE définis.
- Constituer un panel de fournisseurs fiables et performants.

Négociation commerciale :

- Négocier les conditions contractuelles (tarifs, délais, modalités de paiement...) avec les fournisseurs.
- Rédiger et finaliser les contrats en collaboration avec le service juridique.
- Garantir la conformité des contrats aux exigences légales et réglementaires.

Établissement des prix de vente :

- Calculer les coûts de production (directs et indirects).
- Déterminer les marges commerciales nécessaires.
- Fixer des prix de vente compétitifs et rentables.

BLOC 3 : OPTIMISER LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS DE TOURISME ET DE VOYAGE

Création de contenus :

- Rédaction de contenus attrayants pour différents supports (sites web, brochures, réseaux sociaux).
- Optimisation des contenus pour le référencement naturel (SEO).

Gestion de la communication :

- Assurer la cohérence de l'image de marque.
- Diffuser les informations sur les produits de manière efficace

Relation client :

- Animer la communauté sur les réseaux sociaux.
- Répondre aux questions et aux demandes des clients
- Collecter et analyser les avis clients.

Commercialisation :

- Élaborer des argumentaires de vente convaincants
- Mettre en œuvre des actions de promotion (SEA, e-mail marketing).

Analyse de performance :

- Suivre les indicateurs clés de performance (KPI)
- Ajuster les stratégies en fonction des résultats.

Ils en parlent mieux que nous



DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS DE TOURISME

LE PROCESSUS D'ADMISSION

- 1 - CANDIDATURE
 - 2 - ÉTUDE & VALIDATION DU DOSSIER
 - 3 - ENTRETIEN D'ADMISSION
 - 4 - ACCOMPAGNEMENT
- DANS VOS RECHERCHES

NIVEAU 6

Titre enregistré au RNCP n°38017
Niveau 6 - Code 334p - Enregistré
le 20/09/2023 pour une durée de 3
ans. Certificateurs : PSTC

BLOCS DE COMPÉTENCES ●●●

	Mode
BLOC 1 : CONCEVOIR DES PRODUITS DE TOURISME ET DE VOYAGE ALIGNÉS AVEC LES ATTENTES DU MARCHÉ	Oral / Écrit
BLOC 2 : PRODUIRE DES PRODUITS DE TOURISME ET DE VOYAGE PAR L'ACHAT ET L'ASSEMBLAGE DES DIFFÉRENTES COMPOSANTES DE L'OFFRE	Oral / Écrit
BLOC 3 : OPTIMISER LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS DE TOURISME ET DE VOYAGE	Oral / Écrit

*L'attribution du titre est conditionnée par l'obtention cumulative, par l'élève de l'établissement des 3 blocs de compétences.
L'élève peut valider des blocs de compétences isolés sans valider l'intégralité des blocs. Dans ce cas, il ne valide pas le titre certifié.*

LES MODALITÉS

- En Alternance : au rythme de 2 jours de cours par semaine et 3 jours en entreprise.
- En formule DECLIC : stages en entreprise obligatoires.
- En Formation Continue
- VAE, Transition Pro, CPF...(nous consulter)

LES DÉBOUCHÉS

- Chef/fe de produit tourisme ou touristique
- Concepteur/rice de produits ou prestations touristiques
- Chargé/e de production touristique
- Chargé/e de projet touristique
- Commercial/e en produit touristique
- Forfaitiste ou forfaitiste groupe

LES CONDITIONS

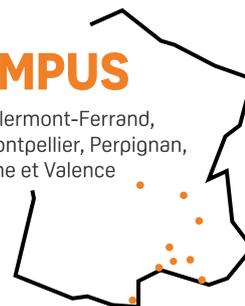
- Niveau scolaire : Être titulaire d'un BAC+2 (BTS, L2)
- Avoir satisfait à l'étude du dossier et aux épreuves de sélection.

ET ENSUITE ?

- Entrée dans la vie active
- Poursuite d'études en BAC+5
- Inscription aux concours de la fonction publique cat. A
- Concours d'entrée en écoles de commerce

9 CAMPUS

Alès, Avignon, Clermont-Ferrand, Marseille, Nîmes, Montpellier, Perpignan, Saint-Etienne et Valence



IFC ALÈS 04 66 30 40 92 ales@ifc.fr	IFC AVIGNON 04 90 14 15 90 avignon@ifc.fr	IFC MARSEILLE 04 91 32 19 29 marseille@ifc.fr	IFC MONTPELLIER 04 67 65 50 85 montpellier@ifc.fr	IFC NÎMES 04 66 29 74 26 nimes@ifc.fr	IFC PERPIGNAN 04 68 67 42 89 perpignan@ifc.fr	IFC ST ÉTIENNE 04 77 92 11 50 stetienne@ifc.fr	IFC VALENCE 04 75 85 36 44 valence@ifc.fr	WESFORD CLERMONT-FERRAND 04 63 30 11 30 info@wesford-clermont.fr
---	---	---	---	---	---	--	---	---