

INSTITUT SUPÉRIEUR DU TOURISME, DE L'HÔTELLERIE ET DE L'ALIMENTATION

LICENCE PROFESSIONNELLE

Développement durable des territoires par
l'e-commerce et l'e-tourisme (DDT eCeT)

CONTENU DE LA FORMATION | 2021 - 2026



ISTHIA, TOULOUSE SCHOOL OF TOURISM, HOSPITALITY MANAGEMENT AND FOOD STUDIES

SOMMAIRE

Semestre 5 (400 heures)

- **UE 501** | Développement local par l'e-commerce et l'e-tourisme _____ p.3
- **UE 502** | Webmarketing et relation client par les TIC _____ p.4
- **UE 503** | Développement web et graphisme _____ p.5
- **UE 504** | Systèmes logistiques et gestion des systèmes d'information _____ p.5

Semestre 6 (150 heures)

- **UE 601** | Stage en entreprise (*16 semaines minimum*) _____ p.6
- **UE 602** | Projet tutoré _____ p.6



SEMESTRE 5

UE 501 | Développement local par le e-commerce et l'e-tourisme

110h dont 20 heures LP NTIC appliquées au Tourisme

OBJECTIFS

Déterminer les éléments transversaux liés à l'activité touristique, l'impact de ce secteur sur l'économie locale et les leviers permettant un développement de la commercialisation pour les entreprises des produits du territoire touristique. Il s'agit de mettre en lien le tourisme et l'e-commerce dans l'optique d'apporter une efficience et une synergie de ces deux secteurs et à partir de ces éléments, d'élaborer l'ensemble du projet e-commerce d'une entreprise et de construire des moyens d'aide à la décision en matière de développement de l'e-commerce.

DISCIPLINES

- Développement durable des territoires touristiques par l'e-commerce - 20h
- Sociologie du tourisme et d'internet - 15h
- Gestion de projet, ingénierie et évaluation de la qualité - 20h
- Droit appliqué aux TIC et RGPD - 20h mutualisées
- Circuit et filière de promotion et de distribution de produits touristiques et produits du terroir - 15h
- Anglais professionnel - 20h

CONTENUS

- intégration d'un projet numérique dans son environnement économique, social et environnemental,
- identification des concepts liés au développement durable et territorial. Éléments transversaux d'un territoire liés à l'activité touristique, impact de ce secteur sur l'économie locale et leviers permettant un développement de la commercialisation des produits du territoire touristique,
- déterminer les filières et réseaux de distribution classiques et les circuits courts. Déterminer les réseaux liés aux nouvelles technologies, les possibilités d'action et les enjeux,
- utilisation d'outils de la gestion de projet : diagnostic, plans d'action, tableau de bord, audit et résolution de problème, etc.,
- évaluation du projet dans son ensemble : technologiques, financiers, humains, chronologiques. Présentation de ce qu'est un projet, des différentes phases, la précision des besoins et attentes du "client" la définition du périmètre d'étude, l'identification des valeurs d'équipe, l'identification et la cartographie des parties prenantes, l'identification des risques,
- mise en lumière des spécificités liées au tourisme dit conventionnel et tourismes "alternatifs" au tourisme de masse - de l'ensemble des impacts, de la diversité de l'offre à ce jour, des problématiques rencontrées par les acteurs,
- information sur les secteurs mettant en œuvre des démarches de développement durable, communiquant sur leur approche "plus écologique". Information sur les outils liés aux territoires, entreprises et développement durable : RSE, éco conception, normes, certifications et labels,...
- législation en vigueur et approche du droit appliqué aux supports issus des TIC, de l'e-commerce et du tourisme,
- identification et mise en œuvre des composantes de la conduite d'un projet web,
- méthodes et analyses des motivations et des attentes des clientèles, les évolutions et les comportements en fonction des critères culturels et sociologiques,
- initiation aux sciences sociales appliquées au tourisme, à travers des grilles de lecture tant conceptuelles qu'opérationnelles : évolution du phénomène touristique de sa genèse à nos jours. Connaissance des divers « types » de touristes/voyageurs et compréhension de ces catégories ; compréhension des raisons et les motivations au voyage en mobilisant des concepts tels que la socialisation au voyage et l'imaginaire touristique.

Bibliographie indicative :

- Amirou R. (2012), *L'imaginaire touristique*, Paris, CNRS éditions
- Cousin S. et Réau B. (2009), *Sociologie du tourisme*, Repères Sociologie 535, Paris, la Découverte
- Urbain J.-D. (2018), *L'envie du monde*. 2^{ème} édition revue et augmentée, Paris, Editions Bréal
- Urbain J.-D. (2002), *L'idiot du voyage: histoires de touristes*. 3^{ème} édition, Paris, Petite bibliothèque Payot 166

UE 502 | Webmarketing, relation client par les TIC et anglais - 90h**OBJECTIFS**

- élaborer ou participer à la stratégie relation clientèle d'une l'entreprise par les TIC,
- élaborer ou participer à la stratégie marketing et e-marketing d'une entreprise,
- coordonner des opérations marketing et relations clients sur le site internet de l'entreprise et sur les réseaux sociaux,
- proposer les moyens humains et financiers à la réalisation d'un plan de communication et choisir les supports de communication,
- mettre en œuvre et suivre les actions de communication, de promotion et de commercialisation via des supports numériques adaptés en fonction du positionnement de l'entreprise et d'une stratégie,
- identifier et utiliser les outils et techniques de marketing tendant à accroître l'efficacité commerciale par l'intermédiaire du web.
- déterminer les stratégies SEO, SEA et SEM d'une entreprise ou d'un territoire

DISCIPLINES

- Webmarketing stratégique : fondements, comportements du consommateur, études de marché - 15h
- Étude de l'environnement socio-économique des entreprises et territoires touristiques - 15h
- Communication numérique et digitale - 20h
- Référencement (SEO, SEA, ...) - 20h
- Gestion de la relation client par les TIC - 20h

CONTENUS

- Définir ses objectifs et construire une méthodologie d'étude adaptée,
- Prendre conscience de l'environnement socio-économique des entreprises et projets touristiques et de leur ancrage territorial,
- Identifier les acteurs sur un territoire et/ou concernés par un projet, comprendre leurs rôles et mission, comprendre leurs interactions,
- Assimiler la différence entre études quantitatives et qualitatives, savoir quand et pourquoi les utiliser,
- S'initier à la démarche de l'étude qualitative,
- Découvrir et s'approprier des outils d'aide à l'analyse,
- Définition du positionnement d'une entreprise sur un marché,
- Évaluer les outils numériques du e-marketing existants, repérer les outils émergeants en mettant en place une veille technologique et faire une analyse des données recueillies,
- Développer et gérer des campagnes d'e-mailing et d'information/promotion sur les réseaux sociaux (techniques et opérations de prospection, techniques et opérations de fidélisation, maîtrise des outils), piloter une stratégie webmarketing complète, mettre en œuvre une campagne de liens commerciaux,
- Identifier des fonctions d'information et des fonctions de promotion,
- Utiliser et développer des outils numériques de gestion de la relation client,
- Identifier les principaux CMS utilisés en e-commerce et e-tourisme et les utiliser pour effectuer des mises à jour de sites web,
- Techniques de rédaction des contenus textuels appropriés à une situation liée à la relation client,
- Techniques de suivi du référencement et du positionnement web d'une entreprise. Déterminer les possibilités d'amélioration et appliquer les actions permettant cette optimisation, SEO, SEA, SMO
- Analyser les statistiques d'un site et déterminer des actions d'amélioration et d'efficience possibles sur le contenu éditorial du site, sur ses objectifs et ses cibles,
- Analyser rapidement des problèmes techniques de l'utilisation d'un site internet et apporter des solutions soit en interne soit à l'utilisateur,
- Collecte, centralisation, traitement et exploitation des informations clients par les TIC avec ou sans CRM.

Bibliographie indicative :

- Deroualle N., Théodore L. et Blanquier B. (2019), *Digital Marketing 2019*, EBG / Elenbi Editeurs
- Truphème S. (2016), *L'inbound marketing*, Éditions Dunod
- Andrieu O. (2018), *Réussir son référencement web stratégies et techniques SEO*, Éditions 2018-2019, Éditions Eyrolles
- Martin A. et Chartier M. (2018), *Technique de référencement web - Audit et suivi SEO* / 3^{ème} édition, Éditions Eyrolles
- Mercklé P. (2011), *Sociologie des réseaux sociaux*, éditions La Découverte

UE 503 | Développement informatique, infographie et utilisation des outils numériques

140h dont 19 heures LP NTIC appliquées au Tourisme

OBJECTIFS

L'objectif n'est pas de former des développeurs mais des professionnels ayant la capacité de mettre en œuvre des outils simples à concevoir et présentant des solutions pour les organismes et entreprises faisant du e-commerce. Les CMS développant des solutions e-commerce sont majoritairement utilisés, les langages de programmation ne sont abordés que dans l'optique d'améliorer les possibilités offertes par ces CMS (Wordpress, Prestashop, etc.). L'apprentissage des langages de programmation s'effectue à l'aide de Frameworks et bibliothèques CSS, Javascript et PHP. L'apprentissage global des langages de programmation permet également aux étudiants de pouvoir, dans leur futur métier, faire la liaison entre maître d'œuvre et développeur informatique.

Le but, à terme, est de parvenir à développer un site marchand avec un CMS et y apporter des solutions par l'intermédiaire de frameworks ou API, mais également de savoir gérer une base de données de type MySQL.

La communication en print et le traitement des images et vidéos sont également largement abordés.

DISCIPLINES

- Gestion de projet web et conceptualisation informatique - 20h dont 10h mutualisées
- Usage du numérique sur les territoires touristiques - 20h dont 9h mutualisées
- Création technique de site web pour l'e-commerce - 60h
- Graphisme et infographie - 20h
- Informatique appliquée aux supports de mobilité - 20h

CONTENUS

- création, utilisation et administration de bases de données avec une interface de type phpMyAdmin,
- conception globale des systèmes d'information, et création d'applications sur des modules liés au commerce électronique (gestion de panier, boutique en ligne, click & collect, relation avec les systèmes d'information en logistique intégrée),
- création de site internet de type marchand ou d'applications mobiles simples en utilisant des CMS et Framework : respecter un cahier des charges et déterminer les solutions techniques qui en découlent, concevoir des pages web, concevoir de base de données MySQL, mettre en pratique des différents langages informatiques : PHP, Javascript, react, HTML, JSON. Mettre en place techniquement le référencement naturel d'un site web,
- compréhension et utilisation des outils du web utiles à la création d'un site web ou d'une application mobile,
- apport, lors de l'élaboration du cahier des charges, de solutions sur l'identité visuelle du site ou de l'application web, sur la scénarisation d'animations, en fonction des besoins, usages et moyens identifiés,
- création et/ou pilotage de la création d'une charte graphique en fonction des codes graphiques de la structure (logo, polices de caractères, jeux de couleurs, éléments graphiques, choix des illustrations, etc.) et mise en œuvre (ou pilotage de la sous-traitance de cette mise en œuvre) via des logiciels de conception graphique tels que Photoshop, Indesign, Illustrator, Infinity,
- rédaction d'un cahier des charges techniques et argumentation auprès de sa direction et/ou éventuellement des entreprises extérieures chargées de la conception technique.

UE 504 | Systèmes logistique et gestion des systèmes d'information - 60h

OBJECTIFS

- participer à la définition de la stratégie logistique d'une structure et à sa déclinaison,
- surveiller et améliorer des systèmes informatiques de gestion et de suivi d'une chaîne logistique,
- administrer des bases de données du système d'information reliant le ou les sites web de l'entreprise au processus de logistique,
- organiser et coordonner le circuit des informations et instructions de fonctionnement de l'entreprise (schémas d'organisation de l'activité logistique d'une structure/entreprise).

DISCIPLINES

- Serveurs web - 10h
- Système d'information en logistique - 20h
- Logistique des flux de marchandises - 20h

CONTENUS

- Définition de l'approche logistique globale (supplychain) d'une entreprise,
- Organisation, gestion et optimisation des processus logistiques en utilisant des solutions numériques,

- Conception du schéma du système d'information inhérent à la logistique d'une entreprise donnée et techniques d'administration de ce système,
- Optimisation des circuits et systèmes de distribution en utilisant des solutions numériques,
- Vérification du traitement des commandes selon les besoins du client et/ou de l'état des stocks ou des disponibilités via un système informatique et apporter des solutions en cas de dysfonctionnements. Possibilités d'optimisation de la traçabilité et du suivi du processus de la commande à l'envoi du produit,
- Traitement des incidents éventuels avec le client pour apporter des solutions d'après-vente,
- Évaluation des performances, mise en place des indicateurs de suivi de gestion des stocks,
- Contrôle et administration d'un système informatique, gestion des différents supports de commercialisation et de retrait de marchandise (expédition, click & collect, points relais,...) via l'interface back-end du site internet,
- Analyse des liens entre le contenu d'un site internet et les conséquences sur un système de logistique.

Bibliographie indicative :

- Fender M. et Pimor Y. (2016), *Logistique & Supply chain* - 7^{ème} édition, éditions Dunod
- Lasnier G. (2015), *Gestion des approvisionnements et des stocks dans la chaîne logistique*, éditions Lavoisier
- Viruégas J.-L. (2005), *Traçabilité: Outils, méthodes et pratiques*, éditions Organisations

SEMESTRE 6

UE 601 | Stage en entreprise - 16 semaines minimum

Un stage obligatoire de 16 semaines dans une entreprise en lien direct avec l'e-commerce et ou le e-tourisme permettra à l'étudiant :

- d'éprouver les connaissances et compétences acquises lors de la formation,
- de prendre des responsabilités au sein de la structure d'accueil,
- d'acquérir l'expérience nécessaire pour être opérationnel sur le marché du travail.

La nature du stage, ses objectifs et modalités seront validés par l'équipe pédagogique. Ce stage est un stage "mission" et non un stage d'observation. Le suivi sera assuré par un tuteur de stage dans la structure d'accueil ; le tuteur évaluera l'activité de l'étudiant, sa progression et fournira une appréciation qualitative en fin de stage.

La recherche du stage se fera en relation avec le projet tutoré : démarche personnelle de l'étudiant auprès d'entreprises spécialisées dans l'e-commerce et/ou l'e-tourisme et répondant aux exigences de la formation, ou ayant un projet de développement numérique à court terme. Un fichier de lieux de stage sera mis à disposition des étudiants.

Le stage se déroulera en trois temps :

- contact avec l'entreprise et définition du travail attendu (*ceci au début de la formation théorique*),
- élaboration du cahier des charges du projet, avec les enseignants concernés, durant le projet tutoré,
- la réalisation du travail demandé est définie lors des 2 étapes précédentes (*4 mois en entreprise*).

Le suivi des stages sera assuré par le tuteur et le maître de stage.

Le stage ne donne pas lieu à la rédaction d'un rapport mais s'insère pleinement dans la réalisation du projet tutoré. La soutenance du projet tutoré en fin de formation validera les missions réalisées lors du stage en entreprise. Elle se fera devant un jury composé du tuteur de formation, du maître de stage, de professionnels et d'intervenants de la formation.

UE 602 | Projet tutoré

150h dont 30 heures mutualisées avec la licence professionnelle NTIC appliquées au tourisme

Le projet tutoré a pour objectif :

- de mettre en œuvre les connaissances et compétences acquises,
- de développer l'esprit de synthèse dans la conduite d'un travail qui recouvre plusieurs disciplines,
- d'affirmer le sens de l'initiative et de l'autonomie,

- d'encourager la mutualisation des connaissances dans le travail en groupe,
- de mettre l'étudiant en situation professionnelle.

Il doit être en lien direct avec la création, l'adaptation ou la refonte d'un outil numérique lié à l'e-commerce et/ou à l'e-tourisme, dans une optique de favoriser la commercialisation des produits d'une entreprise en y intégrant une réflexion approfondie en amont, permettant d'expliquer les choix de l'outil par rapport aux objectifs de l'entreprise.

Il se décline donc selon les éléments suivants :

- choix de l'entreprise, de préférence en relation avec le stage,
- réalisation d'une étude de positionnement, étude de l'environnement de l'entreprise qui aboutira aux choix de ou des outils à développer,
- réalisation du cahier des charges de l'outil,
- réalisation technique de l'outil.

L'équipe pédagogique validera les thèmes choisis par les étudiants et assurera le suivi approfondi des travaux, de manière coordonnée entre enseignants et professionnels.

Le projet tutoré des étudiants en alternance est en lien direct avec les missions en entreprise. Son organisation est composée de quatre évaluations du projet de l'étudiant, prévues à chaque retour en formation après la période en entreprise (sauf 1^{ère} période durant le mois de septembre). Le projet tutoré est donc découpé en quatre étapes, une par période en entreprise :

- **1^{ère} étape** : étude de l'environnement de l'entreprise,
- **2^{ème} étape** : cahier des charges,
- **3^{ème} étape** : conception, contenu par page, la charte graphique, bases de données, fonctionnement humain,
- **4^{ème} étape** : mise en œuvre technique du projet.



INSTITUT SUPÉRIEUR DU TOURISME, DE L'HÔTELLERIE ET DE L'ALIMENTATION

Modes de la formation

Cette formation peut être suivie :

- En formation initiale
- En formation continue
- En alternance

Contacts

L'équipe pédagogique qui dispense les enseignements est composée d'enseignants-rechercheurs de l'Université Toulouse - Jean Jaurès, ainsi que de professionnels de haut niveau en poste dans diverses entreprises régionales et nationales.

► **Responsable de la formation :**

Philippe Godard, *Enseignant*

► **Scolarité :** isthia.scol.foix@univ-tlse2.fr

Pour consulter le programme détaillé de cette formation, connaître les modalités d'admission et retirer un dossier de candidature, consultez le site : www.isthia.fr



Projet cofinancé par le Fonds Social Européen

Édition juillet 2025

Campus de Toulouse

5, allées Antonio Machado
31 058 TOULOUSE cedex 09
Tél : +33 (0) 5 61 50 42 30
isthia.toulouse@univ-tlse2.fr

Campus de Foix

4, rue Raoul Lafagette
09 000 FOIX
Tél : +33 (0) 5 61 02 19 74
isthia.foix@univ-tlse2.fr

Campus de Cahors

273, avenue Henri Martin
46 000 CAHORS
Tél : +33 (0) 5 65 23 46 04
isthia.cahors@univ-tlse2.fr