

Descriptif de module

Domaine : Economie & Services
Filière : Economie d'entreprise
Orientation : Management durable
Option : Marketing 360°

1. Intitulé de module : Marketing territorial à travers la conception 2025-2026

Vidéo : [Marketing territorial d'événements durables](#)

Code : 5951-14

Type de formation :

☒ Bachelor ☐ Master ☐ MAS ☐ DAS ☐ CAS ☐ Autres :

Niveau :

- ☒ Module de base
☐ Module d'approfondissement
☐ Module avancé
☐ Module spécialisé
☐ Autres :

Caractéristique :

☒ Module obligatoire dont l'échec peut entraîner l'exclusion définitive de la filière selon l'art. 25, du Règlement sur la formation de base (Bachelor et Master) en HES-SO

Type :

- ☒ Module principal
☐ Module lié au module principal
☐ Module facultatif ou complémentaire
☐ Autres :

Organisation temporelle :

- ☒ Module sur 1 semestre
☐ Module sur 2 semestres
☒ Semestre d'automne
☐ Semestre de printemps
☐ Autres :

2. Organisation

Crédits ECTS : 5

Langue principale d'enseignement :

- ☒ Français ☐ Italien
☐ Allemand ☐ Anglais
☐ Autres :

3. Prérequis

- ☒ Avoir validé les semestres 1 - 2
☒ Avoir suivi les semestres 3 et 4 pour les étudiant-es EES et 5 et 6 pour les étudiant-es EEW
☐ Pas de prérequis
☐ Autres :

4. Descriptif général

L'Option **Marketing territorial à travers la conception d'événements durables** est conçue pour immerger les étudiant-es dans le processus créatif et stratégique de conception d'événements durables, contribuant activement au développement économique et à l'attrait régional. En adoptant une approche axée sur un projet concret, les étudiant-es auront l'opportunité unique de créer un événement de A à Z, respectant les principes du développement durable. Cette expérience sera enrichie par des visites de terrain et des interventions d'acteurs clés de la région, permettant une immersion totale dans le contexte local. Des inputs théoriques (processus de service design innovant et fresque de l'événementiel) viendront compléter ces expériences pratiques, assurant ainsi une **compréhension profonde des enjeux liés à l'événementiel durable**.

Cette option s'adresse aux étudiant-es intéressé-es par le **développement régional et l'animation de destinations touristiques**, ainsi que par les **approches durables en matière de marketing territorial**.

5. Compétences visées / Objectifs d'apprentissage

L'étudiant-e va développer ses connaissances du milieu touristique et acquérir des compétences clés pour développer l'attractivité régionale grâce à des événements durables. A la fin de cette option, elle-il développera les compétences suivantes :

- Conception et mise en œuvre d'événements durables : les étudiant-es apprendront à naviguer à travers **les défis de la planification** et de l'exécution d'événements qui non seulement captivent l'audience mais servent aussi de catalyseurs pour le développement local durable ;
- Compétences en gestion de projet et en marketing événementiel : outre la gestion efficace des projets, les participant-es acquerront des compétences avancées en marketing, spécifiques à la promotion d'événements durables et à l'engagement des communautés locales ;
- Evaluation des retombées (impact) d'un événement : une compréhension profonde de l'évaluation de l'impact économique, social, et environnemental des événements, permettant aux étudiants de mesurer et d'optimiser l'efficacité de leurs initiatives.

6. Contenus et formes d'enseignement

Le cours se distingue par **une combinaison unique de théorie et de pratique**. Les étudiant-es participeront à des séminaires interactifs et des ateliers, travailleront sur un projet de conception d'événement du début à la fin, et bénéficieront de visites sur le terrain pour examiner les pratiques durables en action. Des experts régionaux et des professionnels de l'industrie interviendront pour fournir des insights précieux et des retours d'expérience, enrichissant ainsi le parcours d'apprentissage.

Les aspects suivants seront particulièrement mis en avant dans cette option :

1. Le marketing territorial
 - 1.1. La (les) marques territoriale(s)
 - 1.2. Le positionnement de l'offre régionale
 - 1.3. Le management de destination
2. L'approche durable du développement territorial (Sarah)
 - 2.1. Bases
 - 2.2. Défis / enjeux
 - 2.3. Bonnes pratiques
3. Les outils du marketing territorial : l'événementiel durable au service de la dynamique territoriale
 - 3.1. Du concept à l'organisation d'un événement en lien avec la stratégie territoriale : design, étapes clés, boîte à outils
 - 3.2. Renforcer son positionnement territorial grâce à une bonne stratégie événementielle : prototypage & mise en pratique

7. Utilisation de l'Intelligence Artificielle

L'Intelligence Artificielle ne sera ni utilisée ni autorisée dans le cadre de ce module.

8. Modalités d'évaluation et de validation

L'évaluation sera basée sur une combinaison de participation active, de contributions au projet de groupe, de réflexions individuelles sur les visites de terrain, et d'une présentation finale devant un panel d'experts. Ce système d'évaluation vise à refléter le développement des compétences pratiques et théoriques des étudiant-es, ainsi que leur capacité à travailler en équipe et à communiquer efficacement leurs idées.

9. Modalités de remédiation

- ☒ Remédiation obligatoire si le résultat du module est compris entre 3,5 et 3,9 / 6.
- ☐ Pas de remédiation
- ☐ Autres modalités :

Autres modalités de remédiation

En cas de remédiation, seule la note de l'examen de remédiation sera prise en compte.

Un module répété ne peut pas être remédié.

10. Bibliographie

Sera fournie en classe.