

# Luxe et Marketing

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3,0
- > Nombre d'heures : 24,0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Période de l'année : Enseignement cinquième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences sociales et administration
- > Code ELP : 5HHR5004
- > En savoir plus : Page Internet de la formation <https://formations.parisnanterre.fr/fr/formations-2026-2027/les-formations/licence-professionnelle-23/organisation-et-gestion-des-etablissements-hoteliers-et-de-restauration-lp-JWRUCAX5/encadrement-et-exploitation-en-hotellerie-et-restauration-de-luxe-JX32MIE7.html>

## Présentation

---

Cet enseignement est dédié à l'analyse approfondie des mécanismes marketing propres au secteur du luxe, avec une spécialisation sur les services de l'hôtellerie et de la restauration de prestige. Le cours examine les fondements théoriques qui distinguent le luxe du marketing traditionnel, en se focalisant sur l'étude des frontières sectorielles et des spécificités de la clientèle. Une attention particulière est portée à l'analyse des paradoxes de gestion inhérents aux marques de prestige et de la cohérence des stratégies menées.

## Objectifs

---

Approfondir et consolider les connaissances sur le luxe en général.

Maîtriser les spécificités de l'hôtellerie et de la restauration de luxe.

Appréhender l'approche marketing dédiée aux services. Mettre en avant les spécificités de la mise en œuvre du marketing dans le secteur du luxe.

Étudier la question des paradoxes de la gestion des marques de luxe.

## Évaluation

---

Examen écrit : Épreuve de réflexion structurée portant sur l'application des concepts de marketing appliqués au secteur de l'hôtellerie et la restauration de luxe.

Présentation orale : sur l'analyse d'une stratégie marketing de luxe

## Pré-requis nécessaires

---

Présenter un intérêt marqué pour l'univers du marketing et les codes spécifiques au secteur du luxe.

Disposer de capacités de travail et de réflexion, tant collectives qu'en autonomie, pour aborder des problématiques stratégiques complexes.

## Compétences visées

---

Capacité à appréhender et diagnostiquer les stratégies des établissements d'hôtellerie et de restauration de luxe.

Approfondissement des connaissances sur le marketing des services de luxe et sur la clientèle des hôtels et restaurants de prestige.

## Bibliographie

---

Veg-Sala, N. et Geerts, A. (2026), *Hôtellerie et restauration de luxe : Les clés pour réussir dans un monde d'excellence*, 2ème édition, Éditions Vuibert.

Chantal, R. (2026), *L'art du savoir-dire : Les mots au service du luxe à la française - hôtellerie, restauration, mode*, 2ème édition, Dunod.

Hudson, S. (2025), *Customer Service for Hospitality and Tourism*, 4ème édition, Goodfellow Publishers.

Batat, W. (2022), *Le marketing et la communication en tourisme, hôtellerie et restauration*, Éditions JFD Inc.

Kapferer, J.N. (2021), Luxe : Nouveaux challenges, nouveaux challengers, Éditions Eyrolles.

## Ressources pédagogiques

---

Equipe Teams

Compte Instagram @Very\_Simple\_Marketing

## Contact(s)

### > Nathalie Veg

Responsable pédagogique

nveg@parisnanterre.fr