

Stratégie et communication dans le luxe

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
- > Composante : Sciences sociales et administration
- > Code ELP : 5HHR5006
- > 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

Il s'agit de donner aux étudiants les bons « outils » pour bâtir une stratégie de communication face à une thématique liée à l'univers de l'hôtellerie de luxe. Ils auront aussi les clés pour rédiger un message / une information à relayer dans l'univers de l'hôtellerie de luxe, en adoptant un vocabulaire approprié (choisir les bons mots...), en apprenant à détailler, décrire, expliquer, mais aussi à hiérarchiser une argumentation.

Objectifs

Traiter une information, trouver le bon angle, écrire « juste et efficace ».

Communication : quel positionnement pour un hôtel de luxe ?

Comment bâtir un « bon plan » de communication ?

Quelles relations avec la presse & les « influenceurs » ?

Les vertus de l'événementiel. La communication de crise à l'heure des réseaux sociaux...

Rédaction de communiqués de presse liés à chaque projet tuteuré des étudiants.

Évaluation

Cas pratiques en cours, réalisés en petits groupes ou individuellement.

Devoir sur table de rédaction et d'analyse

Pré-requis nécessaires

Disposer de capacités de travail et de réflexion, collectives et en autonomie.

Présenter un intérêt pour le monde de l'entreprise et les domaines managériaux, spécifiquement l'univers de l'hôtellerie de luxe.

Être capable d'exercer un regard analytique sur des campagnes de communication existantes.

Compétences visées

Les étudiants maîtrisent la rédaction de textes destinés au secteur du luxe, et de l'hôtellerie en particulier.

Ils savent hiérarchiser une information et mener une argumentation en vue d'une démonstration et / ou d'un message à faire passer, à partager...

Les étudiants sauront également bâtir un plan de communication, mener une stratégie de communication sur un moyen ou long terme, dans le secteur de l'hôtellerie de luxe. Ils auront, en outre, des éléments pour exercer leur esprit critique sur des campagnes de communication dans le secteur du luxe. Enfin, ils sauront nuancer presse et influenceurs, médias « classiques » et réseaux sociaux.

Bibliographie

Adary (Assaël), MAS (Céline), WESTPHALEN (Marie-Hélène), Communicator. Toute la communication pour un monde responsable - Paris, Dunod, 2020.

Libaert (Thierry), Le plan de communication. Définir et organiser votre stratégie de communication - Paris, Dunod, coll. « Marketing/Communication », 2023.
Nocetti (Julien), Tous influencés par les réseaux sociaux ? - Paris, La Documentation française, 2025

Ressources pédagogiques

L'enseignement est dispensé au sein du lycée Albert de Mun, partenaire de la formation depuis la création de la licence professionnelle.

Responsable pédagogique :

Anne Eveillard - Journaliste et auteure