

Isabelle FROCHOT
Université Savoie Mont Blanc
IAE Savoie Mont Blanc
BP 1104
73011 Chambéry Cedex
Isabelle.Frochot@univ-smb.fr Portable: +33 (0)6 89 20 95 90
Résidant à Biviers (Isère-France) Skype : Isa Frochot



Expérience professionnelle

Depuis 2000 *Maître de conférences (HDR) en Sciences de Gestion - Marketing & comportement du consommateur appliqué au tourisme*

IAE Savoie Mont Blanc, Université Savoie Mont Blanc, Chambéry

1999-2000 *Maître de conférences en Marketing Touristique et co-Responsable des troisièmes cycles.* Scottish Hotel School, Strathclyde Business School, Glasgow, Ecosse

1996-1999 *Maître de conférences en Marketing Touristique – Responsable du DEA en Gestion du tourisme rural.* Scottish Agricultural College, Ecosse

Formation universitaire

2013: HDR - Contribution to the understanding of satisfaction in an experiential context – application to tourism consumption. Université Savoie Mont Blanc, IAE Savoie Mont Blanc.

1995-1999 : PhD (Thèse): L'influence des motivations des consommateurs sur l'évaluation de la qualité des services offerts par les sites historiques. Manchester Metropolitan University, Crewe and Alsager Faculty, UK. Directeur de thèse: Professeur H.Hughes. Examineur externe: Professeur L. Moutinho.

1990-1991 : DESS en Economie du Tourisme. Université d'Aix-Marseille II.

Langues: Anglais: Bilingue

Logiciels maîtrisés: SPSS, Sphinx Lexica, Atlas et Final Cut Pro

Citations Internationales – **Indice Harzing:** 12

Publications

Revues scientifiques à comité de lecture

- Savador M., El Euch Maalej M. & Frochot I. (2017) Rôle de la restauration gastronomique dans la valorisation des produits alimentaires localisés, *Décisions Marketing*, 85: 49-62. [CNRS 3, HCERES B]

- Frochot I., Elliot S. & Kreziak D. (2017) Digging deep into the experience – flow and immersion patterns in a mountain holiday, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(1): 81-91. [ABS 1]
- Kreziak D. & Frochot I. (2011) Co-construction de l'expérience touristique : les stratégies des touristes en stations de sport d'hiver, *Décisions Marketing*, 64 : 23-33. [CNRS 3, HCERES B]
- Frochot I. & Kreziak D. (2008) Customers' perceptions of ski resorts' images: implications for resorts' positioning strategies, *Tourism and Hospitality Research*, 8(4): 298-308. [SCImago: 18]
- Frochot, I. (2005) A benefit segmentation of tourists in rural areas: a Scottish perspective, *Tourism Management*, 26: 335-346. [CNRS 3 - HCERES A, Impact Factor : 4,7]
- Frochot, I. (2004) An investigation into the influences of the benefits sought by visitors on their quality evaluation of historic houses' service provision, *Journal of Vacation Marketing*, 10 (3): 223-237. [Impact Factor : 1.15]
- Frochot, I. (2003) An analysis of destinations' regional positioning and their associated food images in French tourism regional brochures, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14 (3/4): 77-96. [CNRS 4 - HCERES C ; Impact Factor : 1,45]
- Frochot, I. (2003) The role of wine brotherhoods in the development of French wine tourism, *Journal of Tourism Studies*, 4 (2): 12-27.
- Frochot, I. & Guymothi, S. (2001) Converging customer and provider-based approaches in satisfaction and service quality research in tourism, *Journal of Quality Assurance in Tourism and Hospitality*, 2 (1/2): 29-48. [SCImago 16]
- Frochot, I. & Hughes, H. (2000) HISTOQUAL: an adaptation of SERVQUAL to historic houses, *Tourism Management*, 21(2): 157-167. [CNRS 3 - HCERES A, Impact Factor : 4,7]
- Frochot, I. & Morrison, A. (2000) Benefit segmentation: a review of its applications to travel and tourism research, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 9(4): 21-45. [CNRS 4 - HCERES C ; IF : 1,45]

Ouvrages

- Fyall A., Legohérel P., Frochot I. & Wang Y. (2018) *Marketing for Tourism and Hospitality: Collaboration, Technology and Experiences*, Routledge (à paraître).
- Frochot, I. & Legohérel P. (2014), 3^{ème} édition, *Le Marketing du Tourisme*, Dunod - Collection Gestion Sup. 4^{ème} édition à paraître en 2018.
- Batat W. & Frochot I. (2014) *Le Marketing Expérientiel*, Dunod-Collection Tendances Marketing, Paris. 2^{ème} édition à paraître en 2019.
- Frochot I & Batat W. (2013) *Marketing and Designing the Tourist Experience*, Goodfellow Publishers, London.

Chapitres publiés dans des ouvrages

- Frochot I. (2017) A National Park in turmoil : The case study on the Vanoise National park in the Alps ; In : J . Chen (ed.), *Nature Tourism: A Global Perspective*, Routledge (à paraître).
- Frochot I. & Kreziak D. (2017) Designing cocreative processes in a holiday environment: immersion in an Alpine mountain resort, In: *Co-creation in tourist experiences: a practical approach*. Editors: N. K. Prebensen, M. Uysal, and J. Chen, Routledge, p. 22-36.
- Salvador M. & Frochot I. (2016) Mesurer la demande d'authenticité et l'imaginaire des touristes – Expérimentation dans le massif de Néouvielle, In: Vlès V. & Bouneau C (eds) *Stations en tension*, P.I.E. Peter Lang: Bruxelles, p. 163-177.
- Frochot I. (2013) Auto-construction mechanisms in tourism experience : applying the resort model at a destination level, Dissard J.C., Dehez J. and Marsat J-B (eds) *Blending perspectives on Tourism and Recreation*, Ashgate.
- Batat W. & Frochot I. (2013) Towards an experiential approach in tourism studies, Scott McCabe (ed.) *Handbook of Tourism Marketing*, Routledge, p. 109-124.
- Vlès V., Marcelpoil E. & Frochot I. (2013) Strengths and paradoxes of French tourism planning, *European Tourism Planning and Organisation Systems: Vol.II*, p. 418-432.
- Giannelloni J-L, Frochot I. & Robinot E. (2008) Du mariage de la station de ski et du parc de loisirs. La Compagnie des Alpes et les ski-dômes, In : U. Mayrhofer, *Etudes de Cas en Marketing*, Ellipses.
- Frochot, I.V. (2000) Service quality: concepts and issues, in Drummond, S., Yeoman, I., Deery. M., Laws, E., Edgar, D., Frochot, I.V., Black, G. and Johns, N. (eds) *Quality Issues in Heritage Visitor Attractions*, Butterworth-Heinemann.
- Frochot, I.V. (2000) The measurement of service quality in a heritage context, in Drummond, S., Yeoman, I., Deery. M. , Laws, E., Edgar, D., Frochot, I.V., Black, G. and Johns, N. (eds) *Quality Issues in Heritage Visitor Attractions*, Butterworth-Heinemann.
- Frochot, I.V. (2000) Wine tourism in France, a paradox ?, in Hall, M. (ed.) *The Traveller's Table: Wine and Tourism*, Butterworth-Heinemann.

Présentations en conférences depuis 2012:

- Frochot I. & Perez S. (2017) Valeurs d'une retenue d'eau pour la pratique touristique : la cas de Vouglans, *Colloque Eau et Tourisme*, Unil, Sion, Suisse, 9-10 Novembre.
- El Euch Maalej M., Savador M., & Frochot I. (2017) Quand la haute gastronomie hisse le produit localisé au rang d'un produit de luxe : une valorisation réciproque ?, *International Marketing Trends Conference*, London, 15-16 Septembre.
- Elliot S., Frochot I. & Kreziak D. (2017) Co-creating an Immersive Travel Experience, *The Visitor Economy: Strategies and Innovations Conference*, Bournemouth University, 4-6 Septembre.
- Frochot I., Kreziak D. & Elliott S. (2017) Using Tourists' stories to understand the appropriation

process of a holiday context, *Euro-TEFI conference*, Copenhagen, Denmark, 21-22 Août.

- Frochot I. & Kreziak D. (2017) Investigating optimal experiences in ski resorts, *TEM Conference and summer school on tourism and local development of mountain regions*, Courmayeur, Italie, 26-30 juin.

- Frochot I. Kreziak D. & Elliott S. (2017) Au delà du ski : revisiter l'expérience en station de ski, *Que reste-t-il de nos stations de montagne ?*, Colloque de l'Unil, Sion, Suisse, 21 juin.

- Elliot S., Frochot I. & Kreziak D. (2017) Expériences touristiques optimales : décryptage dans le contexte d'un séjour en station d'altitude, *Colloque ASTRES 2017*, Grenoble, 15-16 juin.

- Kreziak D., Frochot I. & Guzzo G. (2017) Conjuguer ski et fête: une expérience incorporée, *Colloque de l'AFM*, Tours, 17-19 Mai.

- Frochot I., Kreziak D. & Elliott S. (2016) Defining immersion in a tourist holiday context : an application to mountain ski resorts, *School of Hospitality and Tourism Management Conference*, University of Surrey, 19-22 Juillet 2016.

- Salvador-Perrignon M. & Frochot I. (2016) Le mur d'images, un outil pour déceler les représentations mentales des lieux touristiques: un exemple avec le parc naturel du Néouvielle, *Colloque AFMAT*, INSEEC, Le Bourget du Lac, Mai.

- Frochot I., Elliott S. & Kreziak D. (2015) Digging deep into the experience – flow and immersion patterns in a mountain holiday; *ATMC conference*, Joensuu, Finland, 8-10 Septembre 2015.

- Frochot I. & Kreziak D. (2013) An investigation and reconceptualization of flow in the context of a skiing holiday, *TTRA International Conference*, Kansas City, 20-22 Juin.

- Frochot I. & Kreziak D. (2013) How to develop the spirit of "Getting away from it all" in tourists' experience design, *TTRA Europe Conference*, Dublin, 17-19 Avril 2013.

- Batat W. & Frochot I. (2013) Comprendre la consommation de l'art chez les adolescents : vers une nouvelle cible pour les musées, *Colloque Annuel de l'Association Française de Marketing*, La Rochelle, Mai.

- Batat W. & Frochot I. (2012) Towards a New Paradigm in Marketing Thought: The Contributions of Next Generation Academics to Marketing and Consumer Research, *Association for Consumer Research – Asia Pacific*, Queenstown, Nouvelle-Zélande, 6-8 Juillet 2012.

- Frochot I. & Moscarola (2012) Potential of Internet for market research: an exploratory study, *TTRA International Conference, Innovations in Destination Marketing Research*, Virginia Beach, USA, 17-19 june.

- Durrande-Moreau A., Edvardsson Bo, Frochot I. & Kreziak D. (2012), What drives customer value in composed service systems? The case of mountain resorts, *12^e Séminaire international de recherche en management des activités de service*, IAE d'Aix-en-Provence, Université Paul Cézanne d'Aix-Marseille : 152-172

- Durrande-Moreau A., Edvardsson Bo, Frochot I. et Kreziak D. (2012), "Value creation in a composed service system", *AMA Servsig, International Service Research Conference*, Hanken School of Economics, Helsinki.

Contrats de recherche

En cours : Projet soumis à un appel d'offre Européen, sur la gouvernance et co-construction de l'expérience dans les musées avec 4 autres universités européennes (Université porteuse : University of the Arctic – Norvège). Réponse à un appel d'offre avec l'IRSTEA sur le développement durable et la qualité de vie (Belmont Forum – Transformations to Sustainability) avec des collègues Chinois, Allemands et Américains (université porteuse - Indiana University). Demi-financement de thèse obtenu auprès du LABEX sur la pratique du vélo électrique : « Le vélo comme facteur de transition des systèmes géotouristiques de montagne » (avec Philippe Bourdeau - IGA). En attente d'un deuxième demi-financement auprès de l'USMB. Participation au projet « Refuges sentinelles » (Labex – Institut de Géographie Alpine).

2017-2018 : Etude du processus de négociation de la charte du Parc National de la Vanoise, Financement GEM-IREGE avec Clemens Rulling et Lea Stadler (GEM). Financement de 10 000 euros.

2015-2018 : Labex ITEM : pratiques innovantes dans les loisirs outdoors en zones de montagne (projet portant sur le ski de randonnée et la fête en station). Financement de 12 000 euros.

2015: Décryptage de l'expérience client: une analyse longitudinale, Station de Val Thorens, étude par suivi de 1§ groupes de consommateurs interrogés chaque soir de leur séjour de ski: étude du flux, de l'immersion et des mécanismes d'appropriation. Financement de 18 000 euros.

2014 : Etude pour EDF sur la valeur de la retenue de Vouglans auprès des acteurs et clientèles touristiques. Financement de 35 000 euros.

2013-2014 : Etude du flux (*flow*) au cours d'un séjour : délimitation, évolution, accélérateurs et inhibiteurs de flux. Etude-test réalisée auprès d'étudiants en les suivant au jour le jour lors d'un séjour touristique en montagne. Financement de 8 000 euros.

2013 – 2015 : Participation au projet de recherche TRATSO sur les trajectoires de développement touristiques (Financement : MSH Aquitaine) : étude de la perception de l'authenticité perçue par les clientèles en séjour avec Marielle Salvador Perrignon (INSEEC). Financement de 6 000 euros.

2010-2011 : Financement BQR – Université de Savoie : Etude du transfert sur Internet de méthodes de recherche qualitatives par entretiens. Isabelle Frochot, Jean Moscarola. Financement de 7 000 euros.

2008-2010 : PSDR MODINTOUR : Etude de l'image de l'Auvergne auprès des non-consommateurs. Réalisation de focus groups à Paris, Grenoble, Lyon et Clermont-Ferrand pour identifier les différentes dimensions de l'image de l'Auvergne (quatre saisons), les absences d'image et les freins majeurs. Financement de 11 000 euros.

2008-2009 : Etude de l'expérience des clients en stations d'altitude (hiver et été). Etude par entretiens en station de la demande des clients afin d'identifier les piliers de la satisfaction client, l'importance de l'expériencescape et le rôle des prestataires. Etude financée par Savoie Mont Blanc Tourisme. Financement de 37 000 euros.

Valorisation

- Frochot I. (2017) How can experiential marketing assist the tourist experience management in natural settings? Université de Borlänge, Suède - *Réseau d'acteurs touristiques locaux*, Novembre.
- Frochot I. (2017) Le marketing expérientiel: un nouveau souffle pour les territoires touristiques, Université de Lausanne, Sion, Suisse, *Conférence Grand Public*, Octobre.
- Frochot I. (2017) Au-delà du ski, revisiter l'expérience en station de ski, *Forum EcoVillages*, Les Diablerets, Suisse, Août.
- Frochot I. (2017) Demi-journées d'étude sur le tourisme de demain, *Forum Vies Mobiles*, SNCF, Paris, Juillet.
- Frochot (2017) Experiential Marketing – an international perspective on the design and marketing of experiences, *NICE-Réseau d'acteurs du tourisme*, Coppenhague, Danemark, Février.
- Frochot I. (2017) La prise de pouvoir par le client dans le tourisme – *Les rendez-vous de l'innovation Touristique*, Université de Pau et des Pays de l'Adour, Janvier.
- Frochot, Beurlat, Lecerf et Crissa (2016) Projection de la vidéo sur l'authenticité dans les stations de montagne du XXIème siècle, *Festival International des Métiers de la Montagne*, Novembre, Chambéry.
- Kreziak D. et Frochot I. (2016) Montagne: la simplicité d'une demande exceptionnelle, *Rendez-vous Innovation de l'IAE-CITHEME*, Septembre, Le Manège, Chambéry.
- Frochot I. (2016) Nouvelles tendances de la consommation touristique, *Les rencontres du tourisme en Maurienne*, Saint-Jean de Maurienne, Avril.
- Frochot I. and Kreziak D. (2014) L'expérience de consommation dans les stations d'altitude, *Festival International des Métiers de la Montagne*, Centre du Manège, Chambéry.

Rayonnement

- Responsabilités** : - Présidente de Travel and Tourism Research Association Europe : 2010-2013
- Membre de l'AFMAT, Association Francophone de Management du Tourisme.
- Membre du comité éditorial de** : *Journal of Business Research* (CNRS 2 - HCERES A ; IF : 3.35), *Journal of Destination Marketing and Management* (IF : 1.556), *Journal of Gastronomy and Tourism*, *Journal of Hospitality & Tourism Management* (IF : 0.977), *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, *Journal of Travel Research* (CNRS 4 - HCERES A ; IF : 4,56), *Journal of Vacation Marketing* (IF : 1.15), *Mondes du Tourisme et Tourism Review* (ABS 1).
- Rapporteur** : *Anatolia* (ABS 1), *Annals of Leisure Research*, *Annals of Tourism Research* (CNRS 3 - HCERES A ; IF : 3,19), *Asia Pacific Review*, *Current Issues in Tourism* (ABS 2 ; IF : 2,45), *Décisions Marketing* (CNRS 3, HCERES B), *Géographie Economie & Société*, *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research* (ABS 1), *International Journal of Tourism Cities*, *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, *Journal of Rural Studies* (IF : 2.38), *International Journal of Tourism Research* (ABS 2 ; IF : 1.86), *Journal of Travel and Tourism Marketing* (CNRS

4 - HCERES C ; IF : 1,45), *Tourism Analysis, Tourism Management* (CNRS 3 - HCERES A, IF : 4,7).

Rapporteur pour différents colloques, dont: *Congrès AFM (Association Française de Marketing), Journée AFM de Recherche en Tourisme, Congrès AMA (American Marketing Association) Service, Congrès EMAC, Congrès TTRA Europe (Travel and Tourism Research Association Europe, 2005 jusqu'à présent) et TTRA International (depuis 2006), AFMAT (depuis 2013).*

Autres engagements :

Depuis 2005 : évaluation régulière d'ouvrages pour l'éditeur Dunod: pertinence de l'ouvrage, structure et contenu, adéquation aux besoins du marché, etc.

Evaluation d'ouvrages sur le **Marketing du Tourisme pour l'éditeur Elsevier** (1997-2003)

Chaque année évaluation au moins d'un projet de bourse CIFRE lorsque ceux-ci s'inscrivent dans la thématique du tourisme. Nous sommes également régulièrement sollicités par Angers TourismLab pour évaluer des projets soumis pour financement.

Membre permanent de l'Association MONTANEA au titre de l'Université Savoie Mont Blanc

Membre du CSN Tourisme

Mobilités

Invitée en Mars 2016 à l'Université de Pärnu (Estonie) : enseignement et projet de recherche sur les visites guidées « fantômes » (*Ghost tours*).

Novembre 2016 : Séjour sabbatique d'un mois à l'université de Napier (Ecosse) avec la finalité d'élaborer un projet collaboratif sur l'étude de l'immersion dans les expériences en pleine nature.

Juillet 2015 séjour de 15 jours à Bournemouth pour un projet sur l'impact des nouvelles technologies sur l'expérience client.

2009-2011- CRCT au CEMAGREF (maintenant IRSTEA): recherche effectuée sur une meilleure connaissance des clientèles de la montagne été comme hiver: études de terrain sur les deux saisons, publication d'un rapport public avec SMBT, restitutions publiques et publications de recherche.

Organisation colloques, conférences, journées d'étude

2019 – Responsable de l'organisation du prochain **colloque de l'ATMC** (Advances in Tourism Marketing Conference) à Chambéry. Colloque qui se déroule tous les deux ans et qui regroupe environ 150 à 200 universitaires spécialisés dans le marketing du tourisme

2011 – Responsable de l'organisation du **colloque international TTRA Europe** à Archamps, *Creativity and Innovation in Tourism*, 120 participants et 29 nationalités

2005-2008- Membre de l'équipe d'organisation des quatre **journées thématiques de recherche en**

marketing du Tourisme et des loisirs de 2005 à 2008 et du colloque AFM (2007)

2002 – Responsable de l'organisation du **colloque « Territoires et Marchés »** organisé à l'Université de Savoie sur trois jours avec une participation de 80 chercheurs.

Encadrement doctoral et scientifique

Direction, animation laboratoires et équipes de recherche

Membre du laboratoire IREGÉ, dans la thématique « Environnement, Consommation Durable, Tourisme (ECDT) » et présentation de nos travaux à minima tous les deux ans lors des séminaires de recherche. Participation à 4 jurys de recrutement.

Direction de thèse :

Ana Brancelj (début de la thèse en 2017) – Trajectoires patrimoniales et ancrage territorial d'un bien sériel transfrontalier du patrimoine mondial de l'Unesco. Co-encadrement avec Mélanie Duval et Christophe Guachon (EDYTEM).

Mohamed-Cherif Belkahla, 1ère année de thèse sur « L'approche expérientielle dans les activités culturelles : cas des jeux vidéo ». Co-direction avec Wided Batat, Université de Lyon II. (début de la thèse janvier 2015).

Comités de thèse : Hristina Filipova - Université d'Angers – Deuxième année - “Les stratégies d'adaptation de l'offre par les vendeurs des souvenirs (les offices de tourisme) vis-à-vis des différences culturelles. Le cas des touristes Bulgares et français: Une étude comparative”.

Feriel GADHOUMI - Université d'Angers – Deuxième année - « Analyse de l'image d'un territoire touristique – application des méthodes contingentes. Le cas de la destination touristique de Tunisie ».

Organisation de séjours pour des professeurs invités

Au deuxième semestre 2018, organisation d'un séjour d'accueil de six mois pour le professeur Rachel Dodds (Ryerson University-Canada), avec sécurisation de financements auprès du Labex. L'objet de ce séjour est de travailler sur les composantes de l'expérience de consommation dans les environnements de pleine nature.

En Septembre 2015, Geoffrey Crouch (La Trobe University – Melbourne – et éditeur du Journal of Travel Research) est venu séjourner à l'Université Savoie Mont blanc pendant une période de trois semaines. Ce séjour nous a permis de partager avec lui ses connaissances de recherche, et de nous guider dans nos projets de publications futures.

En Novembre 2015, Statia Elliot (University of Guelph – Canada) est venue en professeur invité (finance par l'USMB) pour participer à un projet de recherche sur l'expérience en séjour de stations de montagne – une investigation des épisodes de flux et d'immersion au cours d'un séjour. Ce séjour faisait partie d'un projet de recherche financé par l'université Savoie Mont Blanc et dont nous avons la responsabilité.

Compétences en pédagogie

La majorité des enseignements donnés à l'université Savoie Mont Blanc sont en anglais.

<i>Titre du cours</i>	<i>Niveau</i>	<i>Type de formation</i>	<i>Nature</i>	<i>Objectif</i>	<i>Effectif</i>
<i>International Tourism</i>	<i>Licence</i>	<i>Continue</i>	<i>20h TD</i>	<i>Connaissance des bases de l'industrie touristique: grandes évolutions internationales, agrégats, impacts touristiques, histoire et évolution du tourisme</i>	<i>55</i>
<i>Tourism Sociology</i>	<i>Master 1</i>	<i>Continue</i>	<i>20hCM 12h TD*</i>	<i>Compréhension du phénomène touristique dans sa relation à l'évolution des sociétés contemporaines. Facteurs impactant la demande, évolution de la demande, tendances..</i>	<i>60</i>
<i>Marketing Expérientiel</i>	<i>Master 2</i>	<i>Continue</i>	<i>6h CM 10h TD*</i>	<i>Etude des bases du marketing expérientiel: de Holbrook & Hirschman à Jo Pine & Gilmore, spécificités de l'expérience touristique.</i>	<i>16</i>
<i>Branding</i>	<i>Master 2</i>	<i>Continue</i>	<i>10h CM 10h TD</i>	<i>Bases de la notion de marque, de brand equity, image de marque, communication de marque.</i>	<i>95</i>
<i>City Tourism</i>	<i>Master 2</i>	<i>Continue</i>	<i>10h CM 10h TD*</i>	<i>Etude des bases du marketing expérientiel : de Holbrook Et Hirschman à Jo Pine & Gilmore, spécificités de l'expérience touristique.</i>	<i>14</i>
<i>Marketing Touristique</i>	<i>eMBA</i>	<i>Professionnelle</i>	<i>20h CM</i>	<i>Bases du Marketing appliquées au tourisme, compréhension de la demande, techniques de segmentation, rudiments de marketing expérientiel</i>	<i>12</i>
<i>Connaissance Des clientèles Touristiques</i>	<i>Licence</i>	<i>Professionnelle</i>	<i>24h CM</i>	<i>Bases du Marketing appliquées au tourisme, 4P, études de marché, segmentation des marchés, études qualité et satisfaction</i>	<i>11</i>
<i>Encadrement Projets Consultants</i>	<i>Master 1</i>	<i>Continue</i>			<i>15</i>
<i>Encadrement Mémoires</i>	<i>Master 2</i>	<i>Continue</i>			<i>21</i>

* Pour ces cours, les TDs sont réalisés sous forme d'une mission proposée par une entreprise touristique, mission que nous encadrons lors de nos séances de TDs, avec une restitution finale des étudiants auprès de l'entreprise. Depuis 2015, ces collaborations ont été établies avec la FACIM, Créa MontBlanc, Only Lyon et le Museum de Grenoble.

Cours donnés en dehors de l'Université Savoie Mont Blanc :

- A partir de 2016 : Cours de 24 heures en **Tourist Behaviour** à Pärnu - Université de Tartu- Estonie.
- Cours de 18h en **Marketing Touristique** donné à Science Po Grenoble de 2010 à 2015 pour le Master Tourisme. Territoires. Innovation. Gouvernance (la formation s'est terminée en 2015).
- 2005-2010 : Cours de **Comportement du touriste** de 24h enseigné pendant 5 ans auprès du master Economie du Sport et des Loisirs de l'Université de Grenoble.
- Des interventions ponctuelles d'une journée en Marketing expérientielle à l'Université de Dijon (depuis 2014) et l'Université de Pau et des Pays de l'Adour (2016).

Responsable du Master en Management des Destinations Touristiques depuis 2000

Cette responsabilité intègre l'élaboration des maquettes sur les années de Master 1 et Master 2, les comités de perfectionnement, le recrutement des intervenants, l'organisation d'un cycle de conférences, l'étude des dossiers de candidature étudiants, la gestion et accompagnement du séminaire annuel en deuxième année.

Responsabilités dans d'autres institutions

Examinatrice externe pour Glasgow Caledonian University (Ecosse) pour leurs formations en tourisme (2014-2018). Evaluation du contenu de la formation, validation des choix de sujet d'examen, contrôle de l'évaluation des examens et des mémoires (étude d'un échantillon de copies/mémoires pour chaque module), participation au jury d'examen annuel. Engagement de 4 années.

Examinatrice externe pour les formations du Dublin Institute of Technology sur leurs formations de Bachelor en Management du Tourisme (2010-2014)