1 L'information à destination du client

*1.1 l'information papier*

* guides de voyage classique
  + choisir un guide bleu (destination, prix, résumé, nombre de page, photo...),
  + choisir un guide vert,
  + choisir un guide rouge.
* guides de voyage pratique
  + choisir un guide pratique (destination, prix, résumé, nombre de page, photo...).

*1.2 l'information visuelle et audiovisuelle*

* trouver une publicité ou un film de promotion sur une destination,
* rechercher une web TV liée au tourisme.

*1.3 l'information numérique « le E-tourisme »*

* rechercher deux sites web sur le transport aérien (1 lowcost et 1 traditionnel),
* rechercher deux sites pour présenter et réserver dans des b&b,
* rerchercher deux brochures téléchargeables,
* citer quatre réseaux sociaux,
* rechercher un comparateur de prix pour l’aérien,
* rechercher un comparateur de prix pour des chambres d’hôtel.

*1.4 l'information mobile le « M-tourisme » avec les Smartphones*

* rechercher deux applications liées au tourisme,
* rechercher une application d’aide à la visite (dans un musée par exemple).

2 Des outils professionnels spécifiques

* rechercher une définition du e-learning,
* rechercher un site de veille informationnelle sur le tourisme.