



Commission de la Formation et de la Vie Universitaire

- Séance du 7 mars 2024 -

Délibération n°4.2.07/03/2024

relative à l'ouverture du master 2 « Management et ingénierie du
tourisme » en formation continue (IAE)

Vu le code de l'éducation et notamment ses articles L 613-1, L712-1 et L712-6-1,

Vu les statuts de l'université Savoie Mont Blanc, adoptés par le conseil d'administration en sa séance du 7 juillet 2015, modifiés, et notamment son article 22,

Article unique : Ouverture du master 2 « Management et ingénierie du tourisme » en formation continue (IAE)

Documents fourni en annexe.

Résultat du vote :

Membres en exercice : 30

Quorum : 15

Membres présents : 15

Membres représentés : 2

Nombre de votants : 17

Nombre de suffrages exprimés : 6

Contre : 4

Abstention : 11

Pour : 2

La Commission de la Formation et de la Vie Universitaire de l'Université Savoie Mont Blanc, après en avoir délibéré, rejette à la majorité des membres présents et représentés, l'ouverture du master 2 « Management et ingénierie du tourisme » en formation continue (IAE), telle que présentée en séance et décrite en annexe.

Chambéry, le 11 mars 2024

Le Président de l'Université Savoie Mont Blanc

Philippe Galez

La présente délibération prend effet à compter de sa publication et de sa transmission au recteur.

Classée au registre des délibérations de la commission de la formation et de la vie universitaire (CFVU), consultable à la direction des études et de la vie étudiante (DEVE)	Publiée le : 18 MARS 2024 Transmise au recteur le : 18 MARS 2024
---	---

Modalités de recours contre la présente délibération : La présente délibération pourra faire l'objet, dans un délai de deux mois à compter de sa publication et de sa transmission au recteur, d'un recours administratif auprès du président de l'université Savoie Mont Blanc ou d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble conformément aux dispositions des articles R.421-1 à R.421-5 du code de justice administrative. La requête peut être déposée au greffe de la juridiction ou adressée par voie postale ou par la voie de l'application « Télérecours citoyens » sur le site www.telerecours.fr.

En cas de recours administratif préalable, le délai du recours contentieux est prolongé de la durée de réponse de l'auteur de la décision. Dans cette hypothèse, vous disposez de deux mois pour déposer un recours contentieux auprès du tribunal administratif de Grenoble conformément aux dispositions des articles R.421-1 à R.421-5 du code de justice administrative, à compter de la notification d'une décision expresse ou de la naissance d'une décision implicite de rejet résultant du silence gardé par l'administration pendant deux mois.

NOTE D'OPPORTUNITE

MASTER 2 MANAGEMENT ET INGENIERIE DU TOURISME

Mention : TOURISME

Parcours : MANAGEMENT ET INGENIERIE DU TOURISME

Demande d'ouverture d'un parcours de Master et de tous les Certificats Universitaires (CU) associés

Commission pédagogique du CFVU du CAC du

7 mars 2024



ANNECY • CHAMBÉRY • LE BOURGET-DU-LAC

INTITULE DE LA FORMATION (Nom du diplôme) : MASTER MANAGEMENT ET INGENIERIE DU TOURISME

RESPONSABILITE PEDAGOGIQUE ENSEIGNANT USMB :

Nom Prénom : LOBRE Guilhem

Co-responsable : oui non

Nom Prénom : GALEY Béatrice

COMPOSANTE CONCERNEE

IUT D'ANNECY IAE SCEM LLSH
 IUT DE CHAMBERY POLYTECH FD IUFP

SCOLARITE GEREE PAR :

COMPOSANTE(S) CONCERNEE(S) IUFP

CONTEXTE DE LA FORMATION *Confirmer le besoin de développer une offre de formation :*

L'IAE Savoie Mont Blanc et son département CITHEME proposent une offre de formation en tourisme de la licence au master, en formation initiale comme en apprentissage. L'offre en formation continue du département CITHEME s'est concrétisée par l'existence antérieure d'un parcours EMBA Franco-Suisse en Innovation touristique, fermé en 2021 pour 4 principales raisons :

- Un prix de la formation inadapté aux capacités et modes de financements (diplôme d'établissement sans reconnaissance RNCP et donc non finançable)
- Un format et une temporalité de parcours inadaptés aux contraintes du marché
- L'absence de délivrance d'un grade de master, restreint à un DU Executive MBA
- Une complexité de mise en œuvre dans un cadre multi-universitaire.

En 2021, l'USMB est devenu membre du réseau d'excellence des écoles et formation en tourisme, créé dans le cadre du plan de reconquête et de transformation du tourisme annoncé en novembre 2021 par l'ancien premier ministre Jean Castex. Sa finalité est de renforcer et de rendre attractives et visibles les formations du tourisme, permettant la création de 400 places d'étudiants entre 2022 et 2024 et le développement de l'apprentissage. Ce réseau est créé autour de six établissements qui disposent d'une offre de formation en tourisme : Université d'Angers, Université Savoie Mont Blanc, Université Gustave Eiffel, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, Université Côte d'Azur, Université Toulouse Jean Jaurès.

Le développement de l'apprentissage et de la formation continue est un des attendus qui structure les futures actions de ce réseau afin de contribuer à une meilleure attractivité et une visibilité des formations. En ce sens, le département Tourisme présente ici un nouveau projet d'ouverture d'une offre de formation continue ancrée dans le territoire.

Enfin, la thématique du tourisme est au cœur de l'axe stratégique « Environnement, Consommation Durable, Tourisme » du laboratoire de recherche IREGE (Institut de Recherche en Gestion et Economie) auquel appartient une partie de la future équipe pédagogique de ce nouveau diplôme. La formation s'articule également avec les travaux menés au sein de la chaire de recherche « Tourisme Durable » de la Fondation de l'Université Savoie Mont Blanc, dont l'objectif est de favoriser les liens entre la recherche, l'enseignement, les territoires et les acteurs socio-économiques concernés, autour de la question de la transition des territoires touristiques de montagne.

PUBLIC *Typologie des publics, à qui s'adresse cette formation, public cible, :*

Les profils des candidats pourront être les suivants :

- **Professionnels du tourisme** : Cette formation peut s'adresser aux personnes déjà actives dans le secteur du tourisme, qu'il s'agisse de responsables d'agences de voyage, de responsables d'offices de tourisme, de responsables d'hôtels ou encore de professionnels du marketing touristique.
- **Cadres et salariés en reconversion** : Des personnes travaillant dans d'autres secteurs et souhaitant effectuer une reconversion professionnelle vers le domaine du tourisme peuvent constituer un public cible. La formation continue peut leur offrir les connaissances nécessaires pour réussir cette transition.
- **Entrepreneurs dans le secteur touristique** : Les personnes désireuses de créer leur propre entreprise dans le domaine du tourisme, que ce soit une agence de voyage, un hébergement touristique, ou d'autres services liés au tourisme, peuvent bénéficier d'une formation en gestion spécifique à ce secteur.
- **Diplômés en Recherche d'Emploi** : Les personnes titulaires d'un diplôme de premier cycle en tourisme ou dans un domaine connexe qui cherchent à renforcer leurs compétences et à augmenter leurs chances sur le marché du travail dans le secteur du Tourisme.

PRE-REQUIS *Diplôme requis, possibilité d'accéder à la formation via la VAPP compétences initiales nécessaires à l'entrée en formation :*

- Être titulaire d'un diplôme de niveau Master1/Bac+4 ou titre équivalent
- Pour les candidats titulaires d'un diplôme BTS/DUT/Licence/Bachelor ou titre équivalent, le Master 2 est ouvert par la voie de la VAPP
- Justifier d'une expérience professionnelle de 5 ans avec responsabilités effectives dans une entreprise
- Justifier d'un niveau de compétences linguistiques en anglais suffisant de niveau B1/B2 pour le bon suivi du bloc 4.

OBJECTIFS GENERAUX DE LA FORMATION *Former quel public pour réaliser quelles activités professionnelles*

Les objectifs de la formation :

- Développer une expertise approfondie dans le domaine du tourisme et de l'hôtellerie
- Renforcer les compétences managériales et en leadership permettant d'accéder à des postes à responsabilité
- Comprendre les nouveaux enjeux, défis et opportunités de l'industrie touristique
- Consolider les compétences internationales et interculturelles
- Sensibiliser et actionner la transformation vers le durable du tourisme
- Accélérer la puissance du réseautage et de la collaboration
- Acquérir des compétences de méthodologie de recherche dans le domaine du tourisme

ORGANISATION *Nombres d'heures/Nombres de jours/rythme :*

Nombre d'heures d'enseignement de la formation : 360

Nombre d'heures pour la soutenance : 2

Nombre d'heures total : 362

Les blocs de compétences sont ouverts une fois par année universitaire dans l'ordre suivant :

- Les blocs 1, 2 et 3 sur le premier semestre
- Les blocs 4, 5 et 6 sur le second semestre.

Un minimum de 6 apprenants est nécessaire pour valider l'ouverture d'un bloc de compétence

Programme de la formation

La formation s'articule autour de six blocs de compétences encapsulant un certain nombre de modules. Ci-dessous, le contenu du programme proposé qui sera amené à évoluer selon les besoins futurs du marché.

Bloc 1 : Concevoir, marketer, et piloter votre marque avec succès (9 ECTS) – Coordination Géraldine Charvin

- Identifier vos orientations stratégiques majeures et conquérir de nouvelles opportunités de marchés (national ou à l'international) (3 ECTS)
- Développer une stratégie de marque cohérente avec l'identité de votre territoire (3 ECTS)
- Révéler l'inventivité, la créativité et l'ingéniosité par le management de l'innovation (3 ECTS)

Référence RNCP34436BC02 - Développement et intégration de savoirs hautement spécialisés

Bloc 2 : Orchestrer des expériences mémorables pour vos clients (9 ECTS) – Coordination Boris Collet/Lydie Bonnefoy-Claudet

- Faire vivre des expériences mémorables à vos clients par l'intégration du marketing expérientiel (3 ECTS)
- Encourager l'adoption de nouveaux comportements client de manière intuitive avec le Nudge Marketing (3 ECTS)
- Développer une stratégie de gestion de la relation client et CRM (Customer Relationship Management) pour optimiser les interactions avec ses clients (3 ECTS)

Référence RNCP34436BC02 - Développement et intégration de savoirs hautement spécialisés

Bloc 3 : Déployer le plein potentiel de vos forces commerciales (9 ECTS) – Coordination Guilhem Lobre

- Sensibiliser vos équipes aux techniques de Revenue Management (3 ECTS)
- Construire une stratégie de distribution pour atteindre le maximum de clients (3 ECTS)
- Piloter la performance commerciale (prix, volume, profits) de son business unit sur son marché (3 ECTS)

Référence RNCP34436BC01 - Usages avancés et spécialisés des outils numériques

Bloc 4 : Collaborer en équipe et à l'international avec efficacité et aisance (9 ECTS) – Coordination Florence Besson-Reynaud

- Renforcer votre efficacité managériale au quotidien (3 ECTS)
- Manager au quotidien l'interculturalité et la diversité (3 ECTS)
- S'exprimer avec aisance en anglais auprès de vos collaborateurs et de vos partenaires (3 ECTS)

Référence RNCP34436BC03 - Communication spécialisée pour le transfert de connaissances

Bloc 5 : Bâtir votre politique RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) & s'engager dans la transition du Tourisme Durable (9 ECTS) – Coordination Roxane Favier

- Déployer une démarche RSE et un Business model durable (3 ECTS)
- Concevoir et intégrer une offre touristique éco-responsable (3 ECTS)
- Évaluer une offre touristique "autrement" (3 ECTS)

Référence RNCP34436BC04 - Appui à la transformation en contexte professionnel

Bloc 6 : Engager une stratégie recherche & conseil (15 ECTS) – Coordination Dominique Kreziak

- Conceptualiser et designer une recherche en Tourisme
- Adopter les techniques de collecte et d'analyse de données quantitatives et qualitatives : L'atelier méthode
- Rédiger un mémoire de recherche appliquée
- NB : L'accès à ce bloc est soumis à la validation des 5 autres

Référence RNCP34436BC04 - Appui à la transformation en contexte professionnel

Pour l'obtention du diplôme de Master l'apprenant devra valider dans un délai de 3 ans :

- Les 3 modules au sein de chacun des blocs 1 à 5. A noter qu'un module représente 20h de formation sur 3 ou 4 jours sous forme de séminaire intensif. Par extension, le master équivaut à un nombre compris entre 54 et 72 jours.
- Et le bloc 6 entièrement comprenant la production d'un mémoire de recherche appliquée correspondant à une problématique concrète avec l'accompagnement des enseignants chercheurs.

Pour l'obtention d'un certificat universitaire (CU), l'apprenant devra valider 1 bloc.

Pour l'obtention d'une micro-certification, l'apprenant devra valider un module.

TITRE DE BLOC DE COMPETENCES	Bloc 1 : Concevoir, marketer, et piloter votre marque avec succès			
COMPETENCES VISEES	<p>Concevoir sa marque :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre des principes fondamentaux de la conception de marque. • Identifier des éléments clés de la marque, tels que la mission, la vision, les valeurs et la personnalité. • Développer d'une identité visuelle cohérente et attractive. <p>Marketer sa destination touristique :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaitre des stratégies de marketing spécifiques au secteur du tourisme. • Utiliser des outils marketing traditionnels et numériques pour promouvoir une destination touristique. • Comprendre des tendances et des préférences des voyageurs. <p>Piloter sa Marque :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Élaborer une stratégie de gestion de la marque à long terme. • Gérer la réputation de la marque et résolution des problèmes de réputation. • Développer des partenariats stratégiques pour renforcer la marque. <p>Développer une analyse élargie de sa concurrence :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer des forces et des faiblesses des concurrents sur le marché du tourisme. • Identifier des opportunités et des menaces dans l'environnement concurrentiel. <p>Prendre des décisions à partir de l'analyse des données internes et externes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Collecter et analyser des données liées au comportement des clients et aux performances de la marque. • Utiliser ces données pour prendre des décisions éclairées. 			
DESCRIPTIF OU TITRE DES MODULES	<p>Module 1.1 : Identifier vos orientations stratégiques majeures et conquérir de nouvelles opportunités de marchés (national ou à l'international) (3 ECTS)</p> <p>Module 1.2 : Développer une stratégie de marque cohérente avec l'identité de votre territoire (3 ECTS)</p> <p>Module 1.3 : Révéler l'inventivité, la créativité et l'ingéniosité par le management de l'innovation (3 ECTS)</p>			
MODALITES ET CRITERES D'EVALUATION	N°MODULE	MODALITES D'EVALUATION¹	COEFFICIENT	CRITERES²
	Module 1.1 Module 1.2 Module 1.3	<input checked="" type="checkbox"/> test	3 ECTS pour chacun des modules du bloc	Pour chacun des modules du bloc : <ul style="list-style-type: none"> • Session 1 : Etude de cas 100% CC (écrit ou oral) • Session 2 : Rapport écrit et/ou oral
		<input type="checkbox"/> QCM		
		<input type="checkbox"/> rapport de stage		
		<input type="checkbox"/> oral mémoire soutenance		
		<input type="checkbox"/> autres		

¹ Moyens mobilisés pour mesurer à l'aide de critères objectifs les acquis du stagiaire en cours et ou à la fin de formation

² Exemples QCM : répondre à + de la moitié des questions Oral : réalisation d'une grille d'analyse

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET D'EVALUATION PAR BLOC DE COMPETENCES à adapter et dupliquer selon les CU

TITRE DE BLOC DE COMPETENCES	Bloc 2 : Orchestrer des expériences mémorables pour vos clients (9 ECTS)			
COMPETENCES VISEES	<p>Comprendre et concevoir l'expérience client :</p> <ul style="list-style-type: none"> Analyser de manière approfondie de ce qu'implique une expérience client positive. Repérer les moments clés du parcours client. Création de parcours clients fluides et engageants. <p>Personnaliser l'expérience client :</p> <ul style="list-style-type: none"> Mobiliser des données client pour personnaliser les interactions. Déployer des stratégies pour répondre aux besoins individuels des clients. <p>Former le personnel à contribuer efficacement à l'expérience client :</p> <ul style="list-style-type: none"> Former le personnel à offrir des expériences client cohérentes. Développer des compétences en service à la clientèle. Collaborer avec différentes équipes pour assurer la cohérence de l'expérience client. <p>Mesurer la satisfaction client :</p> <ul style="list-style-type: none"> Mettre en place de mécanismes de mesure de la satisfaction client. Utiliser les retours d'expérience pour améliorer continuellement les processus. 			
DESCRIPTIF OU TITRE DES MODULES	<p>Module 2.1 : Faire vivre des expériences mémorables à vos clients par l'intégration du marketing expérientiel (3 ECTS)</p> <p>Module 2.2 : Encourager l'adoption de nouveaux comportements client de manière intuitive avec le Nudge Marketing (3 ECTS)</p> <p>Module 2.3 : Développer une stratégie de gestion de la relation client et CRM pour optimiser les interactions avec ses clients (3 ECTS)</p>			
MODALITES ET CRITERES D'EVALUATION	N°MODULE	MODALITES D'EVALUATION³	COEFFICIENT	CRITERES⁴
	Module 2.1 Module 2.2 Module 2.3	<input checked="" type="checkbox"/> test	3 ECTS pour chacun des modules du bloc	Pour chacun des modules du bloc : <ul style="list-style-type: none"> Session 1 : Etude de cas 100% CC (écrit ou oral) Session 2 : Rapport écrit et/ou oral
		<input type="checkbox"/> QCM		
		<input type="checkbox"/> rapport de stage		
		<input type="checkbox"/> oral mémoire soutenance		
	<input type="checkbox"/> autres			

³ Moyens mobilisés pour mesurer à l'aide de critères objectifs les acquis du stagiaire en cours et ou à la fin de formation

⁴ Exemples QCM : répondre à + de la moitié des questions Oral : réalisation d'une grille d'analyse

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET D'EVALUATION PAR BLOC DE COMPETENCES à adapter et dupliquer selon les CU

TITRE DE BLOC DE COMPETENCES	Bloc 3 : Déployer le plein potentiel de vos forces commerciales (9 ECTS)			
COMPETENCES VISEES	<p>Connaitre et déployer des politiques de Revenue Management :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaitre les indicateurs de performances liées à l'optimisation des ventes. • Déployer les leviers d'optimisation mécaniques et élastiques. • Evaluer les performances et identifier les pistes d'optimisation restante. • Analyser le Marché dynamiquement pour adapter les stratégies commerciales. <p>Maitriser l'étude stratégique d'une politique de distribution :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluer l'efficacité des différents canaux de distribution disponibles. • Analyser chaque canal, en tenant compte des spécificités du marché et des comportements des consommateurs. • Dessiner une stratégie de distribution multi canal efficace réussie. <p>Piloter la performance commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyser les données commerciales et dessiner des tableaux de bord efficaces. • Planifier et mettre en œuvre les initiatives d'amélioration de la performance commerciale. • Capacité à développer des plans stratégiques et opérationnels pour stimuler la croissance des ventes. 			
DESCRIPTIF OU TITRE DES MODULES	<p>Module 3.1 : Sensibiliser vos équipes aux techniques de Revenue Management (3 ECTS) Module 3.2 : Construire une stratégie de distribution pour atteindre le maximum de clients (3 ECTS) Module 3.3 : Piloter la performance commerciale (prix, volume, profits) de son business unit sur son marché (3 ECTS)</p>			
MODALITES ET CRITERES D'EVALUATION	N°MODULE	MODALITES D'EVALUATION⁵	COEFFICIENT	CRITERES⁶
	Module 3.1 Module 3.2 Module 3.3	<input checked="" type="checkbox"/> test	3 ECTS pour chacun des modules du bloc	Pour chacun des modules du bloc : <ul style="list-style-type: none"> • Session 1 : Etude de cas 100% CC (écrit ou oral) • Session 2 : Rapport écrit et/ou oral
		<input type="checkbox"/> QCM		
		<input type="checkbox"/> rapport de stage		
		<input type="checkbox"/> oral mémoire soutenance		
	<input type="checkbox"/> autres			

⁵ Moyens mobilisés pour mesurer à l'aide de critères objectifs les acquis du stagiaire en cours et ou à la fin de formation

⁶ Exemples QCM : répondre à + de la moitié des questions Oral : réalisation d'une grille d'analyse

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET D’EVALUATION PAR BLOC DE COMPETENCES à adapter et dupliquer selon les CU

TITRE DE BLOC DE COMPETENCES	Bloc 4 : Collaborer en équipe et à l’international avec efficacité et aisance (9 ECTS)			
COMPETENCES VISEES	<p>Incarner une posture managériale efficace :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser les techniques de communication bienveillante. • Connaitre les différents styles de management et appliquer le management situationnel. • Connaitre et déployer les techniques d’intelligence collective. <p>Collaborer efficacement au sein d’équipes multiculturelles et internationales :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les différences culturelles et adapter son comportement managérial en conséquence. • Sensibiliser aux normes sociales et aux pratiques professionnelles internationales. • Capacité à communiquer de manière claire et efficace malgré les barrières linguistiques et culturelles. • Capacité à reconnaître et à résoudre des conflits liés à des différences culturelles. <p>Intégrer la langue anglaise dans son contexte professionnel en anglais :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communiquer en anglais avec ses collaborateurs, ses partenaires et ses clients par oral et par écrit. • Rechercher, évaluer et synthétiser des informations en anglais à partir de différentes ressources. • Maîtriser les techniques de prise de parole de public en anglais . 			
DESCRIPTIF OU TITRE DES MODULES	<p>Module 4.1 : Renforcer votre efficacité managériale au quotidien (3 ECTS) Module 4.2 : Manager au quotidien l’interculturalité et la diversité (3 ECTS) Module 4.3 : S’exprimer avec aisance en anglais auprès de vos collaborateurs et de vos partenaires (3 ECTS)</p>			
MODALITES ET CRITERES D’EVALUATION	N°MODULE	MODALITES D’EVALUATION⁷	COEFFICIENT	CRITERES⁸
	Module 4.1 Module 4.2 Module 4.3	<input checked="" type="checkbox"/> test	3 ECTS pour chacun des modules du bloc	Pour chacun des modules du bloc : <ul style="list-style-type: none"> • Session 1 : Etude de cas 100% CC (écrit ou oral) • Session 2 : Rapport écrit et/ou oral
		<input type="checkbox"/> QCM		
		<input type="checkbox"/> rapport de stage		
		<input type="checkbox"/> oral mémoire soutenance		
	<input type="checkbox"/> autres			

⁷ Moyens mobilisés pour mesurer à l’aide de critères objectifs les acquis du stagiaire en cours et ou à la fin de formation

⁸ Exemples QCM : répondre à + de la moitié des questions Oral : réalisation d’une grille d’analyse

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET D’EVALUATION PAR BLOC DE COMPETENCES à adapter et dupliquer selon les CU

TITRE DE BLOC DE COMPETENCES	Bloc 5 : Bâtir votre politique RSE & s’engager dans la transition du Tourisme Durable (9 ECTS)			
COMPETENCES VISEES	<p>Connaître les principes du tourisme durable :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Détenir une connaissance approfondie des principes et des objectifs du tourisme durable. • Connaître les enjeux sociaux, environnementaux et économiques liés au tourisme. <p>Elaborer une politique RSE et implémenter des pratiques durables :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Designer une politique RSE adaptée au contexte du tourisme. • Intégrer des principes éthiques, sociaux et environnementaux dans la stratégie de l'entreprise. • Mettre en œuvre des pratiques durables dans les opérations quotidiennes. • Réduire l'impact environnemental des activités touristiques. <p>Faire évoluer la conception des produits touristiques vers un modèle durable :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacité à évaluer l’impact environnemental, social et économique d’une offre touristique et à proposer des solutions durables. • Capacité à concevoir des produits touristiques innovants et attractifs qui intègrent des pratiques durables tout au long de la chaîne de valeur. • Déployer un marketing responsable dans ses actions de promotion et de communication de ses destinations et produits touristiques. 			
DESCRIPTIF OU TITRE DES MODULES	<p>Module 5.1 : Déployer une démarche RSE et un business model durable (3 ECTS) Module 5.2 : Concevoir et intégrer une offre touristique éco-responsable (3 ECTS) Module 5.3 : Évaluer une offre touristique “autrement” (3 ECTS)</p>			
MODALITES ET CRITERES D’EVALUATION	N°MODULE	MODALITES D’EVALUATION⁹	COEFFICIENT	CRITERES¹⁰
	Module 5.1 Module 5.2 Module 5.3	<input checked="" type="checkbox"/> test	3 ECTS pour chacun des modules du bloc	Pour chacun des modules du bloc : <ul style="list-style-type: none"> • Session 1 : Etude de cas 100% CC (écrit ou oral) • Session 2 : Rapport écrit et/ou oral
		<input type="checkbox"/> QCM		
		<input type="checkbox"/> rapport de stage		
		<input type="checkbox"/> oral mémoire soutenance		
	<input type="checkbox"/> autres			

⁹ Moyens mobilisés pour mesurer à l’aide de critères objectifs les acquis du stagiaire en cours et ou à la fin de formation

¹⁰ Exemples QCM : répondre à + de la moitié des questions Oral : réalisation d’une grille d’analyse

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET D’EVALUATION PAR BLOC DE COMPETENCES à adapter et dupliquer selon les CU

TITRE DE BLOC DE COMPETENCES	Bloc 6 : Engager une stratégie recherche & conseil (15 ECTS)			
COMPETENCES VISEES	<p>Concevoir son design de recherche :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaître et engager les étapes d’une stratégie de recherche. • Développer ses compétences pour concevoir une stratégie de recherche claire et pertinente. • Identifier ses objectifs de recherche et définir ses questions de recherche. <p>Maîtriser les techniques de collecte et d’analyse de données :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser les méthodes de collecte de données quantitatives et qualitatives. • Mobiliser des compétences en analyse statistique et en analyse qualitative de données. <p>Savoir diffuser sa recherche</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rédiger un rapport de recherche clairs et concis. • Communiquer efficacement sur ses résultats de recherche et sur ses recommandations. <p>Maîtriser les techniques du conseil stratégique :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développer des compétences en conseil stratégique pour aider les acteurs du secteur dans la prise de décision. • Formuler des recommandations stratégiques « actionnables » en réponse à une question de recherche. • Connaître et respecter les principes éthiques de la recherche et du conseil. 			
DESCRIPTIF OU TITRE DES MODULES	<p>Module 6.1 :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceptualiser et designer une recherche en Tourisme • Adopter les techniques de collecte et d’analyse de données quantitatives et qualitatives : L’atelier méthode • Rédiger un mémoire de recherche appliquée 			
MODALITES ET CRITERES D’EVALUATION	N°MODULE	MODALITES D’EVALUATION¹¹	COEFFICIENT	CRITERES¹²
		<input type="checkbox"/> test		
		<input type="checkbox"/> QCM		
		<input type="checkbox"/> rapport de stage		
		Module 6.1	<input checked="" type="checkbox"/> oral mémoire soutenance	15 ECTS pour le bloc
		<input type="checkbox"/> autres		

¹¹ Moyens mobilisés pour mesurer à l’aide de critères objectifs les acquis du stagiaire en cours et ou à la fin de formation

¹² Exemples QCM : répondre à + de la moitié des questions Oral : réalisation d’une grille d’analyse

MODALITES D'OBTENTION DU DIPLOME :

L'attribution du diplôme est conditionnée par :

- Le suivi complet de la formation
- L'obtention de la note finale moyenne de 10/20 à l'évaluation
- La validation par bloc de compétences
- La validation d'un stage
- Une session de rattrapage

Précisions si nécessaire : Session de rattrapage proposée pour chaque bloc

ATOUTS DE LA FORMATION *Méthodes mobilisées : Modalités pédagogiques et/ou moyens et/ou outils utilisés pour mener à bien la formation à adapter et compléter selon les DU :*

- Inscription libre au module, au bloc de compétences ou au cycle complet
- Rythme de la formation spécialement aménagé afin de permettre la poursuite de l'activité professionnelle
- Pédagogie active, alternant les apports théoriques et les mises en situation pratiques
- Complémentarité des profils au sein de la promotion et richesse des échanges
- Des enseignements universitaires associés à l'expertise terrain d'intervenants en activité dans le domaine
- Possibilité de faire un stage*
- Modalités d'enseignement à distance envisagées sur certains modules.

* Pour les participants souhaitant renforcer leurs pratiques et n'ayant pas d'activité professionnelle (reconversion notamment), un stage facultatif de 4 à 16 semaines pourra être effectué dans le secteur du tourisme. Ce dernier, à l'initiative du stagiaire, devra se dérouler obligatoirement en dehors des activités pédagogiques (cours, examens). La validation de la convention de stage reste à la discrétion du responsable pédagogique.

MODALITES ET DELAI D'ADMISSION

- CV et lettre de motivation à adresser au responsable pédagogique
- Entretien de motivation et d'évaluation des compétences techniques et linguistiques.

SUITES DE PARCOURS ET DEBOUCHES :

Après l'obtention d'un Master en Tourisme en formation continue, les diplômés peuvent accéder à diverses suites de parcours et débouchés en fonction de leurs intérêts, de leurs compétences acquises et des opportunités du marché. Voici quelques suites de parcours possibles et débouchés potentiels :

- **Carrière dans le Secteur du Tourisme :**
 - Gestion d'entreprises touristiques : Directeur d'agence de voyage, directeur d'hôtel, gestionnaire de resort, etc.
 - Marketing touristique : Responsable marketing dans une agence de voyage, spécialiste en promotion touristique, etc.
 - Gestion des événements touristiques : Organisation de conférences, festivals, événements culturels, etc.
- **Entrepreneuriat :**
 - Création et gestion d'une agence de voyage ou d'une entreprise dans le secteur du tourisme.
 - Hébergement touristique : Gestion d'une maison d'hôtes, d'un hôtel, d'un Airbnb, etc.

- **Tourisme Durable :**
 - Développement et gestion de projets axés sur le tourisme durable.
 - Conseil en tourisme durable pour les entreprises et les destinations.
- **Consulting :** Conseil en tourisme pour les entreprises du secteur, les agences gouvernementales et les organismes de développement.
- **Gestion des Destinations Touristiques :**
 - Gestionnaire de destination touristique : Planification et développement touristique au niveau local, régional ou national.
 - Promotion de destinations touristiques.
- **Recherche et Enseignement :**
 - Poursuite des études doctorales pour une carrière dans la recherche en tourisme.
 - Enseignement dans des institutions éducatives proposant des programmes liés au tourisme.
- **E-Tourisme et Technologies :**
 - Gestion de plateformes en ligne dans le secteur du tourisme.
 - Développement de solutions technologiques pour le secteur du voyage et du tourisme.
- **Organisations Internationales :** Travailler pour des organisations internationales liées au tourisme, telles que l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) ou d'autres agences des Nations Unies.
- **Gestion Culturelle :** Gestion de projets culturels liés au tourisme, notamment dans le patrimoine, les musées, les sites historiques, etc.
- **Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) :** Intégration de pratiques responsables dans les entreprises du secteur du tourisme.

Il est important de noter que le secteur du tourisme est dynamique et offre diverses opportunités, mais il peut également être influencé par les tendances économiques, les évolutions technologiques et les facteurs environnementaux. Les diplômés peuvent également choisir de combiner plusieurs de ces voies, en fonction de leurs intérêts et de leurs objectifs professionnels.

LIEUX DE FORMATION

- | | |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Campus d'Annecy - IAE | <input checked="" type="checkbox"/> Campus Jacob-Bellecombette |
| <input type="checkbox"/> Campus du Bourget-du-lac | <input type="checkbox"/> A distance : Grâce à la plateforme Moodle et la possibilité d'accès aux campus virtuels de Faverges & Bourg Saint Maurice |

SEUIL d'OUVERTURE (*le seuil peut varier selon la proportion de stagiaires financés ou non*) :

Nombre de participants minimum : 6 (module / bloc / master)

TARIFS INDIVIDUELS :

- Formation complète grade master : 9000 € (facture établie au nom du candidat, au nom de l'entreprise ou de l'organisme financeur)
- Bloc de compétences : 1 800 €
 - Exception bloc de compétence 6 : 1 200 €
- Module de 20h : 700€
- Validation des Acquis Professionnels et Personnels (VAPP) : 200 €
- Possibilité de mobiliser les fonds du CPF (Compte Personnel de Formation)
- Droits d'inscription inclus