



Commission de la Formation et de la Vie Universitaire

- Séance du 12 janvier 2023 -

Délibération n°3.3.12/01/2023

relative au changement de nom du parcours « Hotel marketing and revenue management » du master tourisme (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 : Adoption du changement de nom du parcours « Hotel marketing and revenue management » du master tourisme (IAE). Le nouvel intitulé du parcours est « Management de l'hôtellerie : revenue management ».

Documents fourni en annexe.

Résultat du vote :

Membres en exercice : 31

Quorum : 16

Membres présents : 18

Membres représentés : 6

Nombre de votants : 24

Nombre de suffrages exprimés : 24

Contre : 1

Abstention : 0

Pour : 23

La Commission de la Formation et de la Vie Universitaire de l'Université Savoie Mont Blanc, après en avoir délibéré, approuve à la majorité des membres présents et représentés, le changement de nom du parcours « Hotel marketing and revenue management » du master tourisme (IAE), tel que présenté en séance et décrit en annexe.

Chambéry, le 20 février 2023

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 : 23 FEV. 2023

Transmise au recteur le : 23 FEV. 2023

Modalités de recours contre la présente délibération : En application des articles R.421-1 et suivants du code de justice administrative, 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 gracieux auprès du président de l'université Savoie Mont Blanc et/ou d'un recours pour excès de pouvoir devant le tribunal administratif de Grenoble.

Transformation d'un parcours de Master en FI en parcours en alternance (M2) + changement de nom

Ancien nom : hotel marketing and revenue management, HMRM

Nouveau nom : Management de l'Hôtellerie – Revenue Management

Contexte et objectifs

Présentation du parcours

Ce parcours propose une formation approfondie en techniques de revenue management et de gestion de structures hôtelières variées.

Les enseignements spécifiques du parcours sur deux ans sont essentiellement axés sur :

- les techniques d'optimisation du chiffre d'affaires (pricing, distribution, revenue management)
- la connaissance du marché et la compréhension des spécificités et des comportements des clients en hôtellerie
- l'analyse financière en hôtellerie
- la conception, commercialisation et promotion d'une offre intégrée, innovante, diversifiée et reposant sur les principes de l'hôtellerie moderne
- la gestion des ressources humaines et l'éveil au leadership
- la gestion des données et l'analyse quantitative
- la découverte des grands outils, digitaux notamment, permettant de développer sa visibilité, commercialisation et profits dans un écosystème hyper compétitif et complexe

Ces enseignements spécifiques permettront aux diplômés de s'insérer rapidement au sein d'entreprises hôtelières, de cabinets de consultants ou de grands groupes dans les domaines du revenue management, du marketing, des ventes ou des opérations, en France comme à l'international.

Experts dans la gestion du chiffre d'affaires des hôtels, les diplômés seront forces de proposition pour développer la rentabilité (économique, financière) des structures ou des services dont ils auront la charge.

L'objectif de cette formation est de permettre aux étudiants d'acquérir des compétences adaptées aux mutations du secteur hôtelier grâce à l'accompagnement des enseignants-chercheurs et des intervenants professionnels reconnus pour leurs pratiques en matière de management de l'hôtellerie et de revenue management.

Plus précisément, les compétences suivantes sont visées par la formation :

- anticiper et analyser les comportements d'achat et de consommation de produits et services hôteliers (anticipation de la demande grâce à la mise en place de prévisions dynamiques)
- évaluer les impacts du secteur hôtelier à travers la mise en place d'outils de contrôle et accompagner les professionnels de l'hôtellerie dans une démarche d'optimisation de leur chiffre d'affaires

- appliquer les principes directeurs du revenue management au secteur de l'hôtellerie, du transport et du voyage
- concevoir, commercialiser et promouvoir une offre de produits et services intégrant les principes de rentabilité, fidélisation de la clientèle et développement du business
- concevoir et gérer une stratégie de revenue management et de pricing, pérenne et efficace
- accompagner les acteurs de l'hôtellerie (directeurs, chefs de services, chefs de projets...) dans leur stratégie de management et développement du chiffre d'affaires
- élaborer des plans d'action marketing, des plans de commercialisation

Contexte du changement de modalité pédagogique et du nom

Les évolutions du parcours sont liées aux engagements pris dans le cadre du projet de constitution d'un réseau des Ecoles Universitaires du Tourisme. Ces engagements visent notamment à augmenter le nombre de places disponibles dans les parcours en Tourisme, en particulier les places proposées alternance. Parallèlement, il s'agit de renforcer l'attractivité de la formation.

1/ Changement de libellé : le parcours « Hotel Marketing and Revenue Management » devient « Management de l'Hôtellerie – Revenue Management » afin :

- d'être plus explicite pour les candidats,
- de viser une cible plus large de candidats,
- d'être plus facilement identifiable, notamment sur la plateforme TMM.

2/ Passage à l'alternance : le passage à l'alternance se justifie par l'intérêt des étudiants pour cette forme d'apprentissage, également pertinente pour les entreprises du secteur. On constate par conséquent un développement de l'offre de formation en alternance dans le secteur touristique/hôtelier. Le passage d'un M2 en formation initiale à l'alternance conduira à une plus grande attractivité pour les candidats ainsi qu'à une insertion professionnelle plus efficace (facilité et rapidité). Il permet également de maintenir notre place au sein de l'offre nationale, compte tenu de l'offre de formation des autres universités proposant des parcours en Tourisme/Hôtellerie.

Modalités pédagogiques

Atouts

Avantages de l'alternance (cf. plus haut).

Programme

La maquette sera sensiblement la même que la maquette actuelle bien que le volume horaire annuel doive être augmenté de 80h (dont heures de « travail en autonomie » ne nécessitant pas d'intervention de la part d'enseignants).

Fonctionnement annualisé.

Organisation

Le rythme sera le suivant : 1 semaine en cours/3 semaines en entreprise. Cette formule permettra de ne pas restreindre le choix des étudiants aux seules entreprises locales. En effet, le secteur du tourisme et de l'hôtellerie suppose potentiellement de s'inscrire dans un cadre national voire international. Les grandes entreprises du secteur, souvent attractives pour les étudiants, sont parfois éloignées géographiquement.

Cela permettra également aux étudiants de travailler sur des territoires et des positionnements différents de ce qu'ils côtoient durant leur Master (principalement des territoires de montagne).

Cette organisation correspond également aux besoins des entreprises du secteur en termes de rythme de travail.

Exceptionnellement, pour la première année de mise en œuvre (2023/2024), nous proposerons aux étudiants actuellement en M1 de choisir entre alternance et initial (la possibilité de réaliser leur seconde année en alternance n'avait pas été évoquée lors de leur intégration, nous ne souhaitons donc pas leur imposer ce changement).

Modalités d'obtention

Identiques à la version actuelle + les étudiants doivent satisfaire aux critères liés à l'alternance : assiduité + évaluation entreprise + « œuvre d'alternance » (mémoire).

Profil des candidats et régime d'inscription

- Profils des candidats : inchangés (sauf intérêt pour professionnalisation + entreprise obligatoire)
- Nombre d'étudiants : 23

Débouchés

Idem parcours actuel

Aspects budgétaires

Coût pour l'USMB

- Au global, le budget est excédentaire pour l'USMB dans la mesure où la formation existe déjà et que l'alternance générera des recettes supérieures aux coûts induits pas les changements.
- Les coûts induits par le passage à l'alternance sont de l'ordre d'une cinquantaine d'heures EQTD pour les cours à ajouter à la maquette + les heures liées au suivi des alternants et aux soutenances de fin de cursus.
- Soutien financier du Réseau des Écoles Universitaires de Tourisme

Droits d'inscription

- CVEC

Informations complémentaires

Niveau d'entrée : Master 2

Composante porteuse du parcours : IAE

Lieu des cours : JACOB-BELLECOMBETTE

Date d'ouverture en alternance du M2 : Septembre 2023

Responsable du parcours : Frederic Toitot, maître de conférences associé à mi-temps (PAST), frederic.toitot@univ-smb.fr