



Syllabus

MASTER MANAGEMENT SECTORIEL - E-TOURISME ET MANAGEMENT DE PROJETS TOURISTIQUES

Sommaire

PRESENTATION	3
SCHEMA GENERAL DU DOMAINE	4
SCHEMA DU CURSUS	5
SCHEMA DE LA MENTION	6
PARCOURS ET NIVEAUX	7
M2 E-TOURISME ET MANAGEMENT DE PROJETS TOURISTIQUES	7
Parcours Master M2ETMAW - M2 E-TOURISME & MANAGEMENT DE PROJETS (AVIGNON- WORMS) - Semestre 1	7
Parcours Master M2ETMAW - M2 E-TOURISME & MANAGEMENT DE PROJETS (AVIGNON- WORMS) - Semestre 2	7
M1 E-TOURISME ET MANAGEMENT DE PROJETS TOURISTIQUES	7
Parcours Master M1ETMAW - M1 E-TOURISME & MANAGEMENT DE PROJETS (AVIGNON- WORMS) - Semestre 1	7
Parcours Master M1ETMAW - M1 E-TOURISME & MANAGEMENT DE PROJETS (AVIGNON- WORMS) - Semestre 2	8
DETAILS DES ENSEIGNEMENTS	9
D-U04-4571 - UE 1 GEOPOLITIQUE ET ECONOMIE MONDIALE	10
D-E04-4571 - UCE 1 GEOPOLITIQUE	11
D-E04-4572 - UCE 2 COMMERCE INTERNATIONAL 2	12
D-U04-4572 - UE 2 MARKETING & RH	14
D-E04-4573 - UCE 1 MARKETING INTERCULTUREL	15
D-E04-4574 - UCE 2 VEILLE SECTORIELLE	16
D-E04-4575 - UCE 3 RESSOURCES HUMAINES	17
D-U04-4577 - UE 3 ANGLAIS CIVILISATION DE LA SPECIALITE	18
D-U04-4574 - UE 4 LANGUE CIVILISATION	19
D-E04-4576 - UCE 1 LANGUE CIVILISATION ALLEMAND	20
D-E04-4577 - UCE 2 LANGUE CIVILISATION ITALIEN	21
D-E04-4578 - UCE 3 LANGUE CIVILISATION ESPAGNOL	23
D-E04-4579 - UCE 4 FLE	26
D-U04-4601 - UE 12 GESTION DE PROJET TOURISTIQUE	27
D-E04-4591 - UCE 1 PROJET DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE	28
D-E04-4592 - UCE 2 GESTION DE PROJET NUMERIQUE	29
D-E04-4593 - UCE 3 INGENIERIE TOURISTIQUE	31
D-U04-4602 - UE 13 TOURISME DURABLE TERRITOIRES ACTEURS & TERROIRS	32
D-E04-4594 - UCE 1 DIAGNOSTICS TOURISTIQUES ET LOGIQUES D'ACTEURS	33
D-E04-4595 - UCE 2 OENOTOURISME (ACTEURS, TERROIRS, TERRITOIRES)	35

D-E04-4596 - UCE 3 ANALYSE TERRITOIRE ET ATELIER TERRAIN	37
D-U04-4603 - UE 14 MANAGEMENT, STRATEGIE MARKETING & E-TOURISME	39
D-E04-4597 - UCE 1 MANAGEMENT ET STRATEGIE MARKETING	40
D-E04-4598 - UCE 2 E-TOURISME, M-TOURISME	41
D-U04-4581 - UE 16 STAGE	44
D-U04-4551 - UE 1 ECONOMIE	45
D-E04-4551 - UCE 1 COMMERCE INTERNATIONAL 1	46
D-E04-4552 - UCE 2 ECONOMIE MANAGERIALE	48
D-U04-4552 - UE 2 MANAGEMENT	49
D-E04-4553 - UCE 1 MARKETING ET E-MARKETING	50
D-E04-4554 - UCE 2 FINANCE - COMPTABILITE - CONTROLE DE GESTION	51
D-E04-4555 - UCE 3 ANALYSE SECTORIELLE ET STRATEGIES D'ENTREPRISE	52
D-U04-4553 - UE 3 PROFESSIONNALISATION	53
D-E04-4556 - UCE 1 BUSINESS PLAN	54
D-E04-4557 - UCE 2 INSERTION PROFESSIONNELLE ET PREPARATION DU STAGE	55
D-U04-4556 - UE 4 LANGUES, COMMUNICATION ET INTERCULTURALITE	56
D-E04-4558 - UCE 1 ANGLAIS DE LA COMMUNICATION ET DE SPECIALITE	57
D-E04-4568 - UCE 2 LANGUE APPROCHE INTERCULTURELLE ALLEMAND	58
D-E04-4567 - UCE 6 PREPARATION LINGUISTIQUE EN ALLEMAND	60
D-U04-4591 - UE 7 ENVIRONNEMENT TOURISTIQUE	61
D-U04-4592 - UE 11 E-TOURISME & CULTURE	62
D-U04-4593 - UE 12 TOURISME & MANAGEMENT QUALITE	63
D-U04-4561 - UE 15 STAGE M1	65

PRESENTATION


 Diplôme
BAC+5

 Durée
2 ans

 Lieux
Campus Hannah Arendt - Bâtiment Nord


 Régime d'étude
initial, continu

 Secteur
Administration d'entreprise - Tourisme

 Niveau d'entrée
BAC +3

 Certifiant
Oui

 Stage
non

 Coût de la formation
Oui

Composante

Domaine : Droit, Economie, Gestion

Description : Le domaine Droit, Economie, Gestion regroupe toutes les formations d'Avignon université relatives aux enjeux juridiques, politiques, économies, sociétaux et managériaux des sociétés contemporaines. Il rassemble les enseignants-chercheurs et les laboratoires de sciences sociales.

Doyen-ne : Guillaume Marrel

Equipe enseignante et du laboratoire

Conditions d'admission

SCHEMA GENERAL DU DOMAINE



SCHEMA DU CURSUS



SCHEMA DE LA MENTION



PARCOURS ET NIVEAUX

M2 E-TOURISME ET MANAGEMENT DE PROJETS TOURISTIQUES

Responsable : Pierre Derioz

Parcours Master M2ETMAW - M2 E-TOURISME & MANAGEMENT DE PROJETS (AVIGNON-WORMS) - Semestre 1

Responsable : Pierre Derioz

Code	Enseignements et Unités d'enseignements	Volume H.	Coefficient	ECTS
D-U04-4571	UE 1 GEOPOLITIQUE ET ECONOMIE MONDIALE	36h00	1.00	4.00
D-E04-4571	UCE 1 GEOPOLITIQUE	18h00	1.00	2.00
D-E04-4572	UCE 2 COMMERCE INTERNATIONAL 2	18h00	1.00	2.00
D-U04-4572	UE 2 MARKETING & RH	54h00	1.00	6.00
D-E04-4573	UCE 1 MARKETING INTERCULTUREL	18h00	1.00	2.00
D-E04-4574	UCE 2 VEILLE SECTORIELLE	18h00	1.00	2.00
D-E04-4575	UCE 3 RESSOURCES HUMAINES	18h00	1.00	2.00
D-U04-4577	UE 3 ANGLAIS CIVILISATION DE LA SPECIALITE	36h00	1.00	4.00
D-U04-4574	UE 4 LANGUE CIVILISATION	36h00	1.00	2.00
D-E04-4576	UCE 1 LANGUE CIVILISATION ALLEMAND	36h00	1.00	2.00
D-E04-4577	UCE 2 LANGUE CIVILISATION ITALIEN	36h00	1.00	2.00
D-E04-4578	UCE 3 LANGUE CIVILISATION ESPAGNOL	36h00	1.00	2.00
D-E04-4579	UCE 4 FLE	36h00	1.00	2.00
D-U04-4601	UE 12 GESTION DE PROJET TOURISTIQUE	45h00	1.00	4.00
D-E04-4591	UCE 1 PROJET DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE	18h00	1.00	2.00
D-E04-4592	UCE 2 GESTION DE PROJET NUMERIQUE	15h00	1.00	1.00
D-E04-4593	UCE 3 INGENIERIE TOURISTIQUE	12h00	1.00	1.00
D-U04-4602	UE 13 TOURISME DURABLE TERRITOIRES ACTEURS & TERROIRS	51h00	1.00	5.00
D-E04-4594	UCE 1 DIAGNOSTICS TOURISTIQUES ET LOGIQUES D'ACTEURS	24h00	1.00	2.00
D-E04-4595	UCE 2 OENOTOURISME (ACTEURS, TERROIRS, TERRITOIRES)	12h00	1.00	1.00
D-E04-4596	UCE 3 ANALYSE TERRITOIRE ET ATELIER TERRAIN	15h00	1.00	2.00
D-U04-4603	UE 14 MANAGEMENT, STRATEGIE MARKETING & E-TOURISME	45h00	1.00	5.00
D-E04-4597	UCE 1 MANAGEMENT ET STRATEGIE MARKETING	18h00	1.00	2.00
D-E04-4598	UCE 2 E-TOURISME, M-TOURISME	27h00	1.00	3.00

Parcours Master M2ETMAW - M2 E-TOURISME & MANAGEMENT DE PROJETS (AVIGNON-WORMS) - Semestre 2

Responsable : Pierre Derioz

Code	Enseignements et Unités d'enseignements	Volume H.	Coefficient	ECTS
D-U04-4581	UE 16 STAGE		1.00	30.00

M1 E-TOURISME ET MANAGEMENT DE PROJETS TOURISTIQUES

Responsable : Pierre Derioz

Parcours Master M1ETMAW - M1 E-TOURISME & MANAGEMENT DE PROJETS (AVIGNON-WORMS) - Semestre 1

Responsable : Marianne Beauviche

Code	Enseignements et Unités d'enseignements	Volume H.	Coefficient	ECTS
D-U04-4551	UE 1 ECONOMIE	36h00	1.00	4.00
D-E04-4551	UCE 1 COMMERCE INTERNATIONAL 1	18h00	1.00	2.00
D-E04-4552	UCE 2 ECONOMIE MANAGERIALE	18h00	1.00	2.00
D-U04-4552	UE 2 MANAGEMENT	54h00	1.00	6.00
D-E04-4553	UCE 1 MARKETING ET E-MARKETING	18h00	1.00	2.00
D-E04-4554	UCE 2 FINANCE - COMPTABILITE - CONTROLE DE GESTION	18h00	1.00	2.00
D-E04-4555	UCE 3 ANALYSE SECTORIELLE ET STRATEGIES D'ENTREPRISE	18h00	1.00	2.00
D-U04-4553	UE 3 PROFESSIONNALISATION	36h00	1.00	4.00
D-E04-4556	UCE 1 BUSINESS PLAN	18h00	1.00	2.00
D-E04-4557	UCE 2 INSERTION PROFESSIONNELLE ET PREPARATION DU STAGE	18h00	1.00	2.00
D-U04-4556	UE 4 LANGUES, COMMUNICATION ET INTERCULTURALITE	102h00	1.00	6.00
D-E04-4558	UCE 1 ANGLAIS DE LA COMMUNICATION ET DE SPECIALITE	36h00	1.00	3.00
D-E04-4568	UCE 2 LANGUE APPROCHE INTERCULTURELLE ALLEMAND	36h00	1.00	2.00
D-E04-4567	UCE 6 PREPARATION LINGUISTIQUE EN ALLEMAND	30h00	1.00	1.00
D-U04-4591	UE 7 ENVIRONNEMENT TOURISTIQUE	33h00	1.00	3.00
D-U04-4592	UE 11 E-TOURISME & CULTURE	18h00	1.00	3.00
D-U04-4593	UE 12 TOURISME & MANAGEMENT QUALITE	66h00	1.00	4.00

Parcours Master MIETMAW - M1 E-TOURISME & MANAGEMENT DE PROJETS (AVIGNON-WORMS) - Semestre 2

Responsable : Marianne Beauviche

Code	Enseignements et Unités d'enseignements	Volume H.	Coefficient	ECTS
D-U04-4561	UE 15 STAGE M1		1.00	30.00

DETAILS DES ENSEIGNEMENTS



D-U04-4571 - UE 1 GEOPOLITIQUE ET ECONOMIE MONDIALE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
4.00	1.00	-	36h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4571 - UCE 1 GEOPOLITIQUE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	-	18h00 - CM : 18h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4572 - UCE 2 COMMERCE INTERNATIONAL 2

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	OLIVIER BAUDRY	18h00 - CM : 18h00	Semestre 1

Objectifs

Ce cours vise à donner aux étudiants des connaissances suffisantes pour identifier et comprendre les spécificités d'une opération de commerce international, dialoguer avec des spécialistes dans des domaines très variés : droit du commerce international, transport et logistique, spécialistes de finances internationales.

Au niveau M2, il s'agit aussi de vérifier et d'approfondir les connaissances théoriques, méthodologiques et techniques acquises par les étudiants en M1.

Description

La tarification en transport
 La gestion des opérations douanières
 La gestion des risques financiers à l'international
 Les techniques de paiement et de financements internationaux

Travail attendu

Assiduité très fortement recommandée pour la compréhension des notions et l'acquisition du vocabulaire.
 Travail à la maison indispensable pour une bonne compréhension des notions, l'acquisition du vocabulaire et des techniques.

Modalités de contrôle des connaissances

Contrôle terminal sous la forme de travail individuel écrit.

Prérequis

Le contenu de l'enseignement de commerce international de M1 doit être acquis.
 Aucun pré-requis n'est exigé pour comprendre et progresser dans ce cours, mais une grande souplesse d'esprit est exigée en raison de son caractère pluri-disciplinaire.

Compétences acquises

- ? Avantages et contraintes des différents modes de transport
- ? Organisation des expéditions selon les modes de transport
- ? Rôle et responsabilités des auxiliaires de transport
- ? Principes de tarification du fret international et des opérations annexes
- ? Critères et méthodes de choix d'une solution de transport
- ? Incidences fiscales des opérations intracommunautaires
- ? Mécanisme de la TVA et de la TVA intracommunautaire, obligations déclaratives et documentaires
- ? Organisation du dédouanement (service douane ou prestataire)
- ? Procédures de dédouanement (incidences du choix de procédures, déroulement des procédures de droit commun et principe de fonctionnement des procédures simplifiées)
- ? Régimes douaniers (identification du régime douanier adapté à l'opération)
- ? Évaluation de la dette douanière et paiement
- ? Typologie des risques des opérations internationales (non paiement, de change, de transport, de non conformité, interruption de marchés).

- ? Pour chacun des risques identifiés :
 - évaluation des risques,
 - méthodes de prévention,
 - techniques de couverture,
 - conséquences et incidences pour l'entreprise.
- ? Typologie des différents instruments de paiement
- ? Critères de choix d'un instrument de paiement
- ? Techniques de paiement à l'international
- ? Conditions de mise en ?uvre et incidences sur la rentabilité et la sécurité de l'opération
- ? Besoins de financement liés aux opérations internationales
- ? Calculs financiers (intérêts simples)
- ? Instruments de financement à court terme (en particulier escompte et mobilisation de créances)

Références bibliographiques et ressources numériques

- ? BORONAD V. et Al : Commerce international : techniques et management des opérations, BREAL.
- ? DECHAUME J. et VENTURELLI W. : Gestion des procédures Douanières, LE GENIE DES GLACIERS.
- ? CHEVALIER D et DUPHIL F. : Le transport, FOUCHER.
- ? VENTURELLI N. et MIANI P. : Transport logistique, LE GENIE DES GLACIERS.
- ? BARELIER A. et Al, Exporter : pratique du commerce international, FOUCHER.
- ? BORONAD V. et Al, Commerce international : Techniques et management des opérations, BREAL.
- ? LEGRAND G. et MARTINI H. : Management des opérations de commerce international, DUNOD.
- ? MONOD D.P. : Moyens et techniques de paiement internationaux, ESKA.
- ? MEMO?GUIDE : Les moyens de paiement, Le MOCI.
- ? MEMO?GUIDE : Les sécurités de paiement, Le MOCI.
- ? CFCE : EXPORTER, Foucher
- ? Le MOCI <http://www.lemoci.com/>
- ? ClassEXPORT <http://www.classe-export.com/>
- ? <http://export.businessfrance.fr/default.html>
- ? <http://www.douane.gouv.fr>

D-U04-4572 - UE 2 MARKETING & RH

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
6.00	1.00	-	54h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4573 - UCE 1 MARKETING INTERCULTUREL

Crédits ECTS 2.00	Coefficients 1.00	Enseignant-e responsable LAURENT DUCAU	Volume horaire 18h00 - CM : 12h00 TDI : 06h00	Période Semestre 1
-----------------------------	-----------------------------	--	---	------------------------------

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4574 - UCE 2 VEILLE SECTORIELLE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	JIMMY MERLET	18h00 - CM : 09h00 TDI : 09h00	Semestre 1

Objectifs Maîtriser une série de concepts fondamentaux de la BI liés aux organisations et à leur environnement

Identifier les différentes structures, modèles et dynamiques des organisations

Analyser et diagnostiquer le contexte, les problèmes et les résultats d'une organisation

Prendre en compte l'impact de l'informatique et des changements structurels sur la gestion.

Acquérir une vue d'ensemble d'une organisation et des organisations

Permettre de relier les pratiques et outils organisationnels à un cadre conceptuel

Description Ce cours explique et illustre ce que l'on appelle la Business Intelligence (BI) et ses interactions avec les questions de gestion interne et externe (connaissance de la concurrence, compétences et technologie). La BI est un ensemble d'approches et de modèles divers.

Travail attendu Travail personnel et de groupe

Modalités de contrôle des connaissances

Prérequis

Compétences acquises Capacité à s'appuyer sur des concepts théoriques pour mieux cerner l'influence de l'environnement dans lequel l'entreprise va évoluer

Références bibliographiques et ressources numériques Alice, G., & Moinet, N. (2016). Intelligence économique, S'informer, se protéger, influencer. éd. Pearson France.

Jakobiak, François. L'intelligence économique : la comprendre, l'implanter, l'utiliser. Les Editions d'Organisation, Paris, 2006

Rouleau, L. (2011). Théories des organisations: approches classiques, contemporaines et de l'avant-garde. Puq.

D-E04-4575 - UCE 3 RESSOURCES HUMAINES

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	AGNES PARADAS	18h00 - CM : 18h00	Semestre 1

Objectifs
— L'objectif principal de cet enseignement est d'approfondir les savoirs en GRH, de développer l'analyse critique et de proposer des cas et situations de GRH proches des spécialités des étudiants.

Description
— Les enseignements mobilisent divers supports, films, textes, éléments de cours, et traitent de thèmes variés, qui peuvent être évolutifs en fonction des attentes ou demandes des étudiants : gestion des expatriés, recrutement, RSE, harcèlement, formation, rémunération, etc.

Travail attendu
— Lors des cours, et de travaux de groupe en présentiel, une participation active est attendue.

Modalités de contrôle des connaissances
— Un dossier de groupe est rendu, sur un thème choisi dans une liste qui est proposée. Il demande de mobiliser des ressources théoriques et pratiques. La note intègre également la participation lors des cours.

Prérequis
— Connaissances fondamentales en RH. Toutefois, si nécessaire, des rappels sont faits en cours.

Compétences acquises
— Savoirs : approfondissement des connaissances en GRH sur des domaines et spécialités particuliers.
Savoir-faire : capacité analyse et synthèse, utilisation de ressources théoriques.
Savoir-être : prise de recul, approche critique, travail en groupe.

Références bibliographiques et ressources numériques
— Site académique de référence de la discipline en France, l'AGRH (actes de congrès) plus autres ressources comme IAS, AIREPME, RIODD, ADERSE ... Ouvrages fondamentaux de GRH, par exemple : Peretti Jean Marie Gestion des Ressources Humaines (nombreuses versions)

D-U04-4577 - UE 3 ANGLAIS CIVILISATION DE LA SPECIALITE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
4.00	1.00	GERSENDE PAULET	36h00 - CM : 24h00 TDI : 12h00	Semestre 1

Objectifs
— Découvrir et commenter le poids du Commerce International et du Tourisme dans l'économie et la politique américaines

Description
— Plusieurs sujets seront abordés comme l'import-export aux États-Unis, la balance commerciale, les accords de libre-échange signés par les États-Unis, protectionnisme et libéralisme aux États-Unis, le commerce international sous Trump, les changements avec la présidence Biden, le marketing international et le lien entre voyages d'affaires et commerce international, le poids du tourisme aux États-Unis, la crise sanitaire et le tourisme aux États-Unis, la gestion des relations interculturelles...

Travail attendu
—

Modalités de contrôle des connaissances
— Evaluation écrite

Prérequis
—

Compétences acquises
— analyser des graphiques
commenter des stratégies
argumenter en langue anglaise
mobiliser le lexique approprié à des situations de gestion interculturelle
compréhension écrite et orale, expression écrite et orale

Références bibliographiques et ressources numériques
—

D-U04-4574 - UE 4 LANGUE CIVILISATION

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	-	36h00	Semestre 1

Objectifs**Description****Travail attendu****Modalités de contrôle des connaissances****Prérequis****Compétences acquises****Références bibliographiques et ressources numériques**

D-E04-4576 - UCE 1 LANGUE CIVILISATION ALLEMAND

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	FABIENNE TOBLER	36h00 - CM : 36h00	Semestre 1

Objectifs
 — Enrichissement de la culture générale sur l'Allemagne contemporaine, connaissance des évolutions économiques et politiques actuelles, approfondissement lexical thématique, travail sur l'expression orale et écrite.

Description
 — travail diversifié à partir de supports écrits, vidéos, Internet sur les thématiques suivantes:

- > Vie politique allemande, structures et institutions, actualité (élections,?)
- > Vie économique, travail et emploi (types de management)
- > Tourisme en Allemagne et dans les pays germanophones
- > Emigration / Immigration, flux migratoires en Europe
- > Management interculturel
- > Marketing et publicité
- > Femmes dans la société et le monde du travail
- > Médias en RFA
- > Régions viticoles allemandes, habitudes de consommation, spécificités

Travail attendu
 — -> Présentations orales (revue de presse hebdomadaire, présentations sur les thèmes proposés)
 -> Lecture de textes et commentaire de données (statistiques, graphiques)
 -> Exercices et applications Internet

Modalités de contrôle des connaissances
 — -> Revues de presse orales : 30 %
 -> Présentations (support Powerpoint, documentation écrite) : 40 %
 -> DS 1h30, écrit. Commentaire d'un document portant sur un des thèmes traités durant le semestre : 30 %

Prérequis
 — Niveau B1 ? B2 (Référentiel européen des langues)

Compétences acquises
 —

Références bibliographiques et ressources numériques
 —

D-E04-4577 - UCE 2 LANGUE CIVILISATION ITALIEN

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	MARGHERITA MARRAS-DUPRE	36h00 - CM : 36h00	Semestre 1

Objectifs
 Permettre aux étudiants de sélectionner, d'utiliser et de mobiliser à bon escient leurs acquis et connaissances linguistiques, sociétales, anthropologiques et économiques concernant l'Italie contemporaine dans les domaines de la pratique commerciale et du tourisme.

Description
 Le cours est organisé sur 12 séances de 3h chacune dont la plupart se tiennent en présence. S'agissant d'un cours flex'hybrid, les étudiants doivent proposer et réaliser un projet (cfr. Travail attendu), conçu et intégré dans l'un ces trois macro-secteurs : commerce international, tourisme, commercialisation des vins et ?notourisme. Ils sont censés identifier et motiver leurs critères de choix et de budget, mener une prospection/étude de marché détaillée et développer une analyse et une communication marketing cohérentes par rapport aux besoins des clients cibles.

Les étudiants travaillent en groupe (de 4 au maximum). Ils sont accompagnés dans le choix du cadre. Ils ont la possibilité de situer leur projet et de simuler son application en Italie ou, s'ils le souhaitent, en France ou dans un autre pays étranger. Si cette dernière solution est envisagée, les demandeurs/acheteurs/vendeurs etc. doivent être impérativement des Italiens.

Les étudiants sont constamment accompagnés dans la problématisation du sujet choisi et dans la mobilisation des concepts à utiliser dans leur analyse, mais aussi dans l'élaboration du scénario de la vidéo, étapes validées à chaque fois par l'enseignant.

La dernière séance est consacrée au débriefing du cours et aux perspectives professionnelles.

Travail attendu
 Réalisation d'un dossier et d'une vidéo (de 15/20 mn) de promotion d'un produit, d'un bien ou d'un service, permettant d'évaluer la capacité des étudiants à transformer les connaissances civilisationnelles acquises en compétences dans les domaines du commerce, du tourisme et du marketing.

Modalités de contrôle des connaissances
 Trois épreuves: Dossier 25% ; Présentation du projet 25% ; Vidéo 50%

Prérequis
 Italien niveau B2/C1
 Posséder une bonne connaissance des faits de civilisation, notamment socio-économique, de l'Italie contemporaine

Compétences acquises
 Comprendre, et réagir en conséquence, à des comportements, des sensibilités et des modes de pensée d'une autre culture dans des situations de communication (commerce et tourisme).

Maîtriser la langue italienne du tourisme et des affaires et disposer d'une capacité d'initiative et d'autonomie opératoire dans un contexte international et dans le management interculturel

Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans les domaines du tourisme et du commerce pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation

**Références bibliographiques et
ressources numériques**



D-E04-4578 - UCE 3 LANGUE CIVILISATION ESPAGNOL

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	MAGALI DUMOUSSEAU- LESQUER	36h00 - CM : 36h00	Semestre 1

Objectifs

- Amérique Latine :

Connaître et comprendre la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Amérique latine.
 Appréhender les marchés commerciaux et touristiques d'Amérique latine.
 Apprentissage du castillan appliqué au commerce et au tourisme.
 Analyser et commenter des documents relatifs à la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Amérique latine ainsi que de ses marchés commerciaux et touristiques.
 Comprendre un cours magistral en espagnol, prendre des notes et rédiger en espagnol.
 Réfléchir autour d'un thème lié à l'histoire sociale, économique et politique contemporaine d'Amérique latine.
 Approfondir par des recherches personnelles les thématiques abordées en cours.

- Espagne:

Connaître et comprendre la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Espagne.
 Appréhender les marchés commerciaux, touristiques et du vin de l'Espagne actuelle.
 Apprentissage du castillan appliqué au commerce, au tourisme et au commerce du vin.
 Analyser et commenter des documents relatifs à la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Espagne et des marchés commerciaux, touristiques et du vin de l'Espagne actuelle.
 Comprendre un cours magistral en espagnol, prendre des notes et rédiger en espagnol.
 Réfléchir autour d'un thème lié à l'histoire sociale, économique et politique contemporaine espagnole.
 Approfondir par des recherches personnelles les thématiques abordées en cours.

Description

- Amérique Latine : Ces cours sont consacrés à l'évolution de la situation socioéconomique et politique de l'Amérique latine durant l'année en cours. Nous abordons, entre autre, l'importance du secteur touristique, des remesas, des phénomènes migratoires et des échanges économiques avec les États-Unis pour les pays latino-américains ainsi que les évolutions récentes du rapport des appareils de production nationaux à l'écologie (agroalimentaire, tourisme...)

- Espagne : Ces cours sont consacrés à l'évolution de la situation socioéconomique et politique de l'Espagne durant l'année en cours, au secteur de la construction, pilier de l'économie espagnole, appliqué à la grande distribution au secteur du tourisme et à celui du vin, aux échanges portuaires (marchandises, vin, tourisme) au sein des grands ports espagnols, à l'écologie appliquée à la grande distribution au

secteur du tourisme et à celui du vin, etc.

Travail attendu

-Amérique Latine:
Lecture ou écoute hebdomadaire des médias latino-américains
Apprentissage d'un vocabulaire spécifique.
Présentation d'une revue de presse hebdomadaire.

-Espagne:
Lecture hebdomadaire de la presse espagnole.
Apprentissage d'un vocabulaire spécifique.
Présentation d'une revue de presse hebdomadaire.

Modalités de contrôle des connaissances

Enseignements évalués en contrôle continu: 1 partiel écrit de 2h00 concernant l'Amérique Latine + 1 partiel écrit de 2h00 concernant l'Espagne.

-Amérique Latine: rédaction sur une question de cours ou commentaire de document, rédigés en espagnol.

-Espagne : rédaction sur une question de cours ou commentaire de document, rédigés en espagnol.

Prérequis

Langue d'enseignement : espagnol, niveau B2+ / C1 nécessaire

Compétences acquises

Comprendre les faits de civilisation qui ont marqué l'évolution des pays des langues maîtrisées.
Connaître, reconnaître et comprendre les idiosyncrasies culturelles qui marquent les sociétés.
Posséder une bonne connaissance des faits de civilisation, notamment socio-économique, des pays des langues étudiées.
Comprendre, et réagir en conséquence, à des comportements, des sensibilités et des modes de pensée d'une autre culture dans des situations de communication, d'organisation ou de décision.
Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.
Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.
Développer une argumentation avec esprit critique.

Références bibliographiques et ressources numériques

Amérique Latine :

Journaux consultables en ligne :

- Rep. Dominicaine : Hoy, <https://hoy.com.do/> , Listin diario, <https://listindiario.com/> , Acento : <https://acento.com.do/> , El dinero, <https://eldinero.com.do/>
- Cuba : Granma, <http://www.granma.cu/> , 14 y medio, <https://www.14ymedio.com/>
- Venezuela : El Nacional, <https://www.elnacional.com/> , El Universal, <https://www.eluniversal.com/>
- Colombie : El Tiempo, <https://www.eltiempo.com/> , El Espectador <https://www.elespectador.com/> , El Nuevo - Siglo, <https://www.elnuevosiglo.com.co/> , La República, <https://www.larepublica.co/>

- Mexique : El Sol de México, <https://www.elsoldemexico.com.mx/>, El Economista, <https://www.eleconomista.com.mx/> la jornada, <https://www.jornada.com.mx/>

- Argentine : Clarín, <https://www.clarin.com/> , La Nación, <https://www.lanacion.com.ar/>, La Prensa, <http://www.laprensa.com.ar/> ?

Médias latinoaméricains d'actualité : globovisión, Tves, CDN, telesur, RCN, CMTV, CMI, Azteca 1, ADN 40, Azteca 7, A24...

Olivier Dabène, L'Amérique latine à l'époque contemporaine. Paris : Armand Colin, 2020.

Alain Rouquié, Amérique latine : introduction à l'extrême occident. Paris : Seuil, 1998.

Espagne :

Bartolomé Bennassar, Bernard Bessière : Espagne, Histoire, Société, Culture, Ed. La Découverte, 2017.

Journaux espagnols consultables en ligne : El País, El Mundo, El Español, La Vanguardia...

D-E04-4579 - UCE 4 FLE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	MARIANNE BEAUVICHE	36h00 - CM : 36h00	Semestre 1

Objectifs

Développer des compétences langagières dans le contexte socio-professionnel, adaptées au destinataire/interlocuteur; s'exprimer de façon fluide et articulée; exprimer ses idées et opinions avec précision; comprendre des articles spécialisés en relation avec son domaine professionnel; présenter une description ou une argumentation claire et fluide sur des sujets en lien avec son domaine professionnel; rédiger des lettres/courriels commerciaux; ou des rapports ou exposés avec une construction claire; résumer et critiquer un article

Description

A la fois axés sur les compétences linguistiques (vocabulaire, grammaire, orthographe, style, codes) et les thématiques liées au M2: la lettre/courriel commercial(e)/professionnel(le); la communication tél; la posture (communication non-verbale); le lexique lié aux différentes formes du tourisme; le tourisme en période de covid; les offres de voyage tournées vers l'avenir; la gestion du tourisme de masse; l'uberisation du tourisme (enjeux & problématiques)

Travail attendu

lecture & écoute des documents qui seront transmis pour une analyse et réflexion avec prise de parole en classe, prise de notes, exposés à réaliser en binômes (travail de rédaction et présentation orale)

Modalités de contrôle des connaissances

contrôle continu et final / en continu : exposé à réaliser en binôme à partir de thématiques proposées (avec grille de critères d'évaluation) / final : production écrite (QCM et texte argumentatif)

Prérequis

niveau B2

Compétences acquises

acquérir le niveau de compétences linguistiques en français oral/écrit C1/C2 du CECR _ ce qui correspond à un niveau d'autonomie et de maîtrise du français en Compréhension et Production Orale/écrite

Références bibliographiques et ressources numériques

Martin PARR, photographe social (avec un regard particulier sur le tourisme de masse)
 Jean urbain, anthropologue sur l'histoire du tourisme, France Inter, RFI_podcasts
 agence web Abime concept
 France tourisme lab
 ..et d'autres références qui viendront s'ajouter encore.

D-U04-4601 - UE 12 GESTION DE PROJET TOURISTIQUE

Crédits ECTS 4.00	Coefficients 1.00	Enseignant-e responsable -	Volume horaire 45h00	Période Semestre 1
-----------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	--------------------------------	------------------------------

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des
connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et
ressources numériques**


D-E04-4591 - UCE 1 PROJET DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	-	18h00 - TDI : 18h00	Semestre 1

Objectifs Management de projet : de la planification à l'exécution

Description -Enseignante responsable : Marlène SCHMITT (intervenante professionnelle)

Introduction à la gestion de projet
 Méthodologie des étapes d'un projet : état des lieux, diagnostic, stratégie, plan d'actions, évaluation

Travail attendu A partir d'une commande adressée par une collectivité et d'un cahier des charges :

- ? Réalisation d'un état des lieux et d'un diagnostic de territoire : mobilisation de techniques d'enquêtes et d'analyse
- ? Définition de préconisations stratégiques pour répondre au cahier des charges du commanditaire

Modalités de contrôle des connaissances Réalisation d'un dossier en groupe
 Présentation orale

Prérequis Niveau Master 1

Compétences acquises Autonomie
 Travail en équipe
 Capacité d'analyse
 Ingénierie
 Maîtrise d'outils et techniques d'enquête
 Traitement de l'information
 Conduite de projet/ gestion du temps/ pratique professionnelle

Références bibliographiques et ressources numériques Les techniques d'enquêtes - Méthodes et exercices corrigés ? Nicole Berthier ? Coll. Cursus

D-E04-4592 - UCE 2 GESTION DE PROJET NUMERIQUE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
1.00	1.00	-	15h00 - TDI : 15h00	Semestre 1

Objectifs
 Identifier et maîtriser les principaux outils de conduite de projet de définir les phases du projet. Par la suite il doit, calculer le budget et enfin, élaborer le calendrier du projet

Description
 Enseignant Responsable : César Gélvez (intervenant professionnel)
 - connaître les concepts clés d'un projet
 - comprendre le fonctionnement en mode projet
 - utiliser les outils collaboratifs
 - analyser les attentes du client
 - rédiger un cahier des charges et contractualiser les objectifs

Travail attendu
 Sur la base d'une commande soit d'un cas d'application réel soit fictif, réaliser un projet par groupes de travail.

Modalités de contrôle des connaissances
 Rapport

Prérequis
 Master 1

Compétences acquises
 Fondamentaux de la GdP
 Organisation du projet
 Gestion du projet
 Management du temps
 Management des ressources

Références bibliographiques et ressources numériques
 Aliu, A., (2011), « Proyección y planificación estratégica en la industria turística: enfoque comparativo y modelo híbrido », Estudios y perspectivas en turismo, vol. 20, n°6, p. 0?0.
 Aliu, A., (2014), « HYBRID STRUCTURES IN TOURISM INDUSTRY Innovative Models, Sociological Insights and Multilevel Approaches », p. 18.
 Andreas, L., Martin, L., Claudia, B. & Olivia, A., (s. d.), « E-Loyalty in Travel and Tourism: Results from a representative survey in Germany, USA and UK », p. 16.
 Batista e Silva, F., Marín Herrera, M. A., Rosina, K., Ribeiro Barranco, R., Freire, S. & Schiavina, M., (2018), « Analysing spatiotemporal patterns of tourism in Europe at high-resolution with conventional and big data sources », Tourism Management, vol. 68, p. 101?115.
 Bispo, M. de S. & Pessoa, J., (2012), « APRENDIZAJE COLECTIVO EN EL USO DE LA TECNOLOGÍA COMO PRÁCTICA EN LAS AGENCIAS DE VIAJES », p. 17.
 Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S. & Hofacker, C., (2019), « Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality », Journal of Service Management, vol. 30, n°4, p. 484?506.
 Buhalis, D. & Law, R., (2008), « Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet?The state of eTourism research », Tourism Management, vol. 29, n°4, p.

609?623.

Cariou, C. & Gaulon-Brain, M., (2019, juillet 2), « Du Minitel à l'Internet », La Revue des Médias. <http://larevuedesmedias.ina.fr/du-minitel-linternet> , Page consultée le : 26/12/19

Cisne, R. & Gastal, S., (2011), « Nueva visión sobre los itinerarios turísticos: Una contribución a partir de la complejidad », Estudios y perspectivas en turismo, vol. 20, n°6, p. 1449?1463.

Dann, G. M. S., (2011), « ANGLOPHONE HEGEMONY IN TOURISM STUDIES TODAY », vol. 1, n°1, p. 115.

Escadafal, A., (2007), « Attractivité des destinations touristiques?: quelles stratégies d'organisation territoriale en France? », Téoros. Revue de recherche en tourisme, vol. 26, n°26?2, p. 27?32.

Getz, D. & Page, S. J., (2016), « Progress and prospects for event tourism research », Tourism Management, vol. 52, p. 593?631.

Gonzalez, C., (s. d.), « L'adéquation de l'offre touristique française à la demande étrangère », p. 36.

D-E04-4593 - UCE 3 INGENIERIE TOURISTIQUE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
1.00	1.00	-	12h00 - TDI : 12h00	Semestre 1

Objectifs Connaissance du domaine de l'ingénierie appliquée au tourisme

Description -Enseignante responsable : Marlène SCHMITT (intervenante professionnelle)

Introduction à l'ingénierie touristique : définitions, panorama des acteurs?
 Présentation des différents types d'études et de cahier des charges
 Méthodologie de réponse à un appel d'offres

Travail attendu A partir d'un cahier des charges de marché public :
 - Élaboration d'une méthodologie pour répondre à un appel d'offre
 - Élaboration d'une proposition financière adaptée (devis)

Modalités de contrôle des connaissances Réalisation d'un travail en groupe
 Présentation orale

Prérequis Niveau Master 1

Compétences acquises Ingénierie
 Capacité stratégique et de décision
 Réglementation marchés publics
 Capacité de conviction
 Travail en équipe

Références bibliographiques et ressources numériques www.atoutfrance.fr
www.cinov.fr/ingenierie-tourisme-culture-loisirs

D-U04-4602 - UE 13 TOURISME DURABLE TERRITOIRES ACTEURS & TERROIRS

Crédits ECTS 5.00	Coefficients 1.00	Enseignant-e responsable PIERRE DERIOZ	Volume horaire 51h00	Période Semestre 1
-----------------------------	-----------------------------	--	--------------------------------	------------------------------

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des
connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et
ressources numériques**


D-E04-4594 - UCE 1 DIAGNOSTICS TOURISTIQUES ET LOGIQUES D'ACTEURS

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	PIERRE DERIOZ	24h00 - TDI : 24h00	Semestre 1

Objectifs

Donner aux étudiant(e)s des outils conceptuels et méthodologiques pour analyser et évaluer la dimension touristique à l'échelle des destinations et des territoires, interroger la pertinence des projets touristiques (de toute nature) en les envisageant en lien avec leur contexte territorial, et comprendre le fonctionnement des systèmes d'acteurs et les systèmes décisionnels en matière de tourisme.

Description

L'UE s'ouvre sur une réflexion sur la place des territoires dans les évolutions contemporaines des activités touristiques, suivie d'une mise à niveau sur les transformations successives des structures territoriales en France (comprendre de quoi est fait le « mille-feuille territorial »). : trois registres sont ensuite distingués dans la prise en charge d'un projet territorial, l'appréhension du contexte local (& général) dans lequel il s'insère, l'analyse et l'évaluation du projet lui-même, et la compréhension du système d'acteurs (locaux ou non) qui sont parties prenantes du projet.. Le cours propose des méthodes et des outils pour réaliser un diagnostic territorial (y compris lorsque le temps est compté et que ce diagnostic ne fait pas partie de manière explicite de la « commande sociale »), selon une démarche itérative simple est ensuite proposée, qui exploite d'abord les ressources de l'analyse cartographique et de l'approche de terrain (analyse paysagère, exploitation d'indicateurs locaux), avant de questionner les ressources documentaires, bibliographiques et statistiques, et de recourir à des entretiens ciblés avec des « personnes-ressources ». La 2e partie du cours, dédiée à la notion de projet territorial et au diagnostic de projet se place dans le prolongement direct de la 1ère (diagnostic de territoire et diagnostic de projet n'étant en définitive que deux « entrées » spécifiques dans une même réalité), et s'articule avec le dossier de présentation et d'évaluation d'un projet dans son contexte territorial que les étudiants réalisent en binôme. Outre la définition d'une grille d'analyse de la nature et de l'état du projet, le cours insiste sur ses conditions d'émergence, sur les sources de son financement (avec pendant plusieurs années un détour par les grands principes de la comptabilité publique, intégré depuis deux ans dans un autre cours), et sur l'évaluation des différentes « pertinences » du projet (technique, sociale, économique, financière, juridique et politique). Le cours prend ici appui sur la présentation de plusieurs études de cas, Le cours se déploie en étroite correspondance avec le déroulement d'un atelier de terrain collectif (réalisé en général sous convention avec un commanditaire), correspondant à une « commande précise », qui vise à mettre les étudiants en situation opérationnelle et à les amener à mobiliser les méthodes et les outils qu'ils maîtrisent. Cet atelier correspond toutefois à une autre UE (voir fiche de présentation correspondante).

Travail attendu

Recherches personnelles (recherches documentaires, entretiens éventuels?) pour la réalisation en binôme d'un dossier consacré à l'analyse évaluative d'un projet touristique dans son contexte territorial

Modalités de contrôle des connaissances

Dossier réalisé en binôme (analyse évaluative d'un projet touristique dans son contexte territorial)

Prérequis

Enseignements de M1 parcours E-tourisme et management de projet touristique, notamment les UE « Environnement touristique » et « Tourisme et management qualité ».

Compétences acquises

Eléments de base d'une maîtrise des concepts et des méthodes méthodologiques pour :

- analyser et évaluer la dimension touristique à l'échelle des destinations et des territoires,
- interroger la pertinence des projets touristiques (de toute nature) en les envisageant en lien avec leur contexte territorial,
- comprendre le fonctionnement des systèmes d'acteurs et les systèmes décisionnels en matière de tourisme.

Références bibliographiques et ressources numériques

- Velvet Nelson, 2017: An introduction to the geography of tourism, Rowman & Littlefield Publishers
- Stephen Williams, Alan A. Lew, 2015: Tourism geography. Critical understandings of place, Space and Experience, Routledge ed
- Michaël Hall, Stephen J. Page, 2014: The geography of tourisme and recreation. Environment, place and space, Routledge ed
- Guy Di Méo, 2001. Géographie sociale et territoires (Nathan Université, coll. Géographie)
- Hervé Gumuchian, Eric Grasset, Romain Lajarge, Emmanuel Roux, 2001. Les acteurs, ces oubliés du territoire - (Anthropos (diffusion Economica), 182 p.)
- Stéphane Beaud & Florence Weber 2003. Guide de l'enquête de terrain ? (La Découverte, coll. Grands repères)
- +
- Le Tourisme, acteurs, lieux, enjeux ? M. Stock (coord) (Belin Sup - Géographie), en particulier chap 5 (acteurs) 2007
- Tourismes 1. Lieux communs ? équipe MIT (Belin - Mappemonde), en particulier 2e partie (touristes) & chap 6-3 2002
- Tourisme et tiers-monde, un bilan controversé. Les nouvelles colonies de vacances ? ? G. Cazes (L'Harmattan-Tourismes et sociétés), en particulier chap 5 (acteurs) 2007
- Les Espaces du Tourisme et des loisirs ? Th Merle (dir.) (ed. Atlande), en particulier chap 3 (acteurs) ? 2017
- Géographie du Tourisme et des loisirs : dynamique, acteurs, territoires ? Ph. Duhamel (dir.) (Armand colin, coll U) - 2018
- Les Espaces du Tourisme et des loisirs ? JP Augustin & E. Fagnoni (dir.) (Armand Colin CAPES) (inégal, pas de chap. sur les acteurs) ? 2017

D-E04-4595 - UCE 2 OENOTOURISME (ACTEURS, TERROIRS, TERRITOIRES)

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
1.00	1.00	ANNE-LUCE COULOMB	12h00 - CM : 06h00 TDI : 06h00	Semestre 1

Objectifs

Poursuite de l'initiation à l'œnotourisme amorcée en Master 1, ouverture sur les démarches stratégiques entrepreneuriales et celles des collectifs d'acteurs au sein des territoires viticoles.

Dans la mesure où cet enseignement est commun à deux parcours, objectifs réciproques d'ouverture sur la dimension touristique pour les étudiant(e)s du parcours « Commerce international du vin et œnotourisme », et d'ouverture sur ce segment spécifique du tourisme qu'est l'œnotourisme (et plus généralement sur le secteur viti-vinicole) pour les étudiant(e)s du parcours « E-tourisme et management de projet touristique »

Description

Les enseignements sont divisés en deux séquences complémentaires, comportant chacune une séance de cours et une séance de TP. La première présente la diversité des démarches des entreprises œnotouristiques (notamment celles des exploitations viti-vinicoles), et la manière dont elles articulent l'œnotourisme avec leurs autres activités (notamment les activités productives). Les clés d'analyse qui sont proposées aux étudiant(e)s leur permettent de réaliser en groupe (3-4 étudiant(e)s) une recherche sur le dispositif œnotouristique d'une entreprise de leur choix, qu'ils présentent ensuite à l'ensemble de la promotion, laquelle partage ainsi une large gamme d'expériences différentes.

La deuxième séquence procède exactement de la même manière, mais en s'intéressant à une autre échelle, celle des territoires : les clés d'analyses concernent ici des démarches de nature collective, qui mobilisent des acteurs multiples. L'accent est mis sur la compréhension du jeu des acteurs, sur l'articulation entre politiques publiques et stratégies économiques (collectives ou individuelles), au poids des démarches de communication? Là encore, les présentations croisées permettent de prendre conscience de la diversité des dispositifs mis en œuvre (événementiel, foires, routes des vins etc.), et des formes mêmes de l'insertion territoriale de l'œnotourisme selon les pays considérés (opposition entre « monoculture œnotouristique » et territoires à l'offre touristique diversifiée).

Travail attendu

Réalisation de recherches en groupe sur la mise en œuvre de démarches œnotouristiques, d'une part par une entreprise ou une exploitation agricole, d'autre part à l'échelle d'un territoire. Présentation orale en groupe des recherches effectuées.

Modalités de contrôle des connaissances

Deux oraux sur dossier en groupe de 20 minutes chacun

Prérequis

Ensemble des connaissances acquises en Master 1 (filières tourisme, œnotourisme ou commerce international du vin)

Compétences acquises

Compréhension des enjeux des démarches œnotouristiques pour les

— exploitations et pour les territoires et capacité à les analyser.

**Références bibliographiques et
ressources numériques**

-
- Carlsen J., Charters S., 2006. Global Wine Tourism. Research, Management and Marketing, Cabi Publishing, online: <http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/Carlsenurism.pdf>
- Resnik E., 2014. Guide pratique de l'oenotourisme, Dunod
- Lignon-Darmagnac S., 2009. L'oenotourisme en France, nouvelle valorisation des vignobles - Analyse et bilan, Féret ed.
- Lignon-Darmaillac S., 2014. « L'œnotourisme, redécouverte des valeurs patrimoniales des vignobles historiques, développement des vignobles du nouveau-monde », Cultur (Revista de Cultura e Turismo), Vin, Patrimoine, Tourisme et développement: convergence pour le débat et le développement des vignobles du monde, 8 (3).
- Sigala M., Robinson R., 2019. Wine Tourism Destination Management and Marketing. Theory and Cases, Springer. [online: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-030-00437-8>]

D-E04-4596 - UCE 3 ANALYSE TERRITOIRE ET ATELIER TERRAIN

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	PIERRE DERIOZ	15h00 - TDI : 15h00	Semestre 1

Objectifs

Développer les capacités à comprendre, voire à reformuler, une commande institutionnelle portant sur l'expertise d'un projet ou l'analyse d'un territoire. Savoir faire des propositions de démarche et de méthode, mobilisant à bon escient les outils présentés en cours dans l'UE « Diagnostics touristiques et logiques d'acteurs »

Savoir construire et à conduire un diagnostic de territoire ou l'évaluation d'un projet dans son contexte territorial.

Description

Adossé en M2 E-tmp aux UE « Diagnostics touristiques et logiques d'acteurs » et « projet de développement touristique », cet enseignement se déroule d'abord sur le terrain, lors d'un atelier de trois jours organisé en réponse à la « commande » d'acteurs locaux, le plus souvent institutionnels (communes touristique, communautés de communes, Parc Naturel Régionaux, etc?), qui vise à mettre les étudiants en situation opérationnelle et à les amener à mobiliser les méthodes et les outils qu'ils maîtrisent ou sont en train d'apprendre. Il s'agit pour eux de comprendre la problématique par rapport à laquelle leur expertise est requise, puis de recueillir de l'information (terrain, enquête, entretiens, recherche documentaire), de la mettre en forme, d'établir un diagnostic et de faire des propositions. La phase de réalisation d'un état des lieux et de diagnostic de territoire et/ou de projet se prolonge dans le cadre de l'enseignement « Diagnostics touristiques et logiques d'acteurs ». La définition de préconisations stratégiques pour répondre au cahier des charges du commanditaire est elle conduite dans le cadre de l'UE « projet de développement touristique ».

Travail attendu

Répondre collectivement à une « commande sociale » (atelier de terrain & entretiens, puis travail en salle). Mobilisation opérationnelle des approches vues en cours (diagnostic de projet, analyse de territoire et des systèmes d'acteurs), rédaction en groupe d'un rapport.

Modalités de contrôle des connaissances

Partie d'un rapport collectif notée, rédigée en groupe de 3-4 personnes.

Prérequis

Enseignements de M1 parcours E-tourisme et management de projet touristique, notamment les UE « Environnement touristique » et « Tourisme et management qualité ».

Compétences acquises

Capacité à comprendre, éventuellement à reformuler, une commande institutionnelle portant sur l'expertise d'un projet ou l'analyse d'un territoire.

Capacité à construire et à conduire un diagnostic de territoire ou l'évaluation d'un projet dans son contexte territorial.

Aptitude au travail dans un cadre collectif.

Références bibliographiques et Carlier B., Martinetti J-P., 2021, La conduite de projets touristiques

ressources numériques

durables sur les territoires, coll. Dossier d'experts, n° 308.

Aménagement, urbanisme & développement territorial, eds., 526 pages

Lardon S., Moquay P., Poss Y. (dir.), 2007. Développement territorial et diagnostic prospectif. Réflexions autour du viaduc de Millau, coll. Essai, éd. de l'Aube, 377 p.

Browaeys X., Châtelain P., 2011. Etudier une commune : Paysages, territoires, populations, sociétés, coll. U, éd. Armand Colin, 320 p.

Dumont G.F., 2012. Diagnostic et gouvernance des territoires. Concepts, méthode, application, coll. U, éd., Armand Colin, 299 p.

Géocarrefour ? Revue de Géographie de Lyon, 2005, vol. 80, n°2, « Le diagnostic des territoires »

D-U04-4603 - UE 14 MANAGEMENT, STRATEGIE MARKETING & E-TOURISME

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
5.00	1.00	-	45h00	Semestre 1

Objectifs**Description****Travail attendu****Modalités de contrôle des
connaissances****Prérequis****Compétences acquises****Références bibliographiques et
ressources numériques**

D-E04-4597 - UCE 1 MANAGEMENT ET STRATEGIE MARKETING

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	-	18h00 - TDI : 18h00	Semestre 1

Objectifs
 Connaissance du marketing territorial et du marketing appliqué au secteur du tourisme
 Méthodologie pour construire une stratégie marketing de destination touristique

Description
 -Enseignante responsable : Marlène SCHMITT (intervenante professionnelle)

Introduction au marketing territorial et touristique
 Méthodologie pour élaborer une stratégie marketing dans le secteur du tourisme : étapes de l'état des lieux au plan d'actions marketing

Travail attendu
 A partir d'un diagnostic de destination :
 - Définition d'une stratégie marketing adaptée

Modalités de contrôle des connaissances
 Réalisation d'un travail en groupe : étude de cas marketing

Prérequis
 Niveau Master 1

Compétences acquises
 Marketing/ communication/ commercialisation/ e-marketing
 Capacité stratégique et prospective
 Stratégie et développement
 Développement durable
 Créativité
 Traitement de l'information
 Travail en équipe

Références bibliographiques et ressources numériques
 - Management du tourisme, Territoires, Offres et Stratégies, 3 édition, J.P Lozato-Giotard, E. Leroux, M. Balfet, éditions Pearson (3e édition)
 - « Le marketing du tourisme », Isabelle Frochot et Patrick Legohérel (2007), Dunod
 - « Marketing du tourisme durable », Gérard Seguin et Emmanuelle Rouzet, (2010), Dunod
 - « La conduite de projets touristiques durables », B.Carlier, JP Martinetti et J.D Gontrand (2006), Coll. Dossier d'experts, Territorial Editions
 - Revues Espaces
 - Journaldunet.com
 - Veilleinfotourisme.fr / veilletourisme.ca
 - Lechotouristique.com
 - marketing-territorial.org

D-E04-4598 - UCE 2 E-TOURISME, M-TOURISME

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
3.00	1.00	-	27h00 - TDI : 27h00	Semestre 1

Objectifs
 Le cours eTourisme et mTourisme cherche à structurer les connaissances des apprenants sur les techniques et les théories qui constituent l'essentiel de la pratique du tourisme numérique.

Description
 Enseignant Responsable : César Gélvez (intervenant professionnel)

Les élèves seront sensibilisés sur les concepts du SEO, de la gestion des projets internet, la création des contenus pour le web et pour les supports numériques, la gestion de campagnes marketing, le web-marketing et la gestion numérique de destinations.

Travail attendu
 Sur un cas d'application du réel (destination touristique) les élèves doivent améliorer le positionnement du site internet par le biais des techniques du référencement naturel.

Modalités de contrôle des connaissances
 Deux QCM (40%) en plus d'un rapport écrit en fin de cours (60%)

Prérequis
 Master 1

Compétences acquises
 Organisation du projet
 Management des ressources numériques
 Gestion des images
 Gestion des vidéos
 Rédaction des contenus,
 Optimisation des sites web

Références bibliographiques et ressources numériques
 Aliu, A., (2011), « Proyección y planificación estratégica en la industria turística: enfoque comparativo y modelo híbrido », Estudios y perspectivas en turismo, vol. 20, n°6, p. 0?0.
 Aliu, A., (2014), « HYBRID STRUCTURES IN TOURISM INDUSTRY Innovative Models, Sociological Insights and Multilevel Approaches », p. 18.
 Andreas, L., Martin, L., Claudia, B. & Olivia, A., (s. d.), « E-Loyalty in Travel and Tourism: Results from a representative survey in Germany, USA and UK », p. 16.
 Batista e Silva, F., Marín Herrera, M. A., Rosina, K., Ribeiro Barranco, R., Freire, S. & Schiavina, M., (2018), « Analysing spatiotemporal patterns of tourism in Europe at high-resolution with conventional and big data sources », Tourism Management, vol. 68, p. 101?115.
 Bispo, M. de S. & Pessoa, J., (2012), « APRENDIZAJE COLECTIVO EN EL USO DE LA TECNOLOGÍA COMO PRÁCTICA EN LAS AGENCIAS DE VIAJES », p. 17.
 Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S. & Hofacker, C., (2019), « Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality », Journal of Service Management, vol. 30, n°4, p. 484?506.
 Buhalis, D. & Law, R., (2008), « Progress in information technology and

- tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet? The state of eTourism research », *Tourism Management*, vol. 29, n°4, p. 609?623.
- Cariou, C. & Gaulon-Brain, M., (2019, juillet 2), « Du Minitel à l'Internet », *La Revue des Médias*. <http://larevuedesmedias.ina.fr/du-minitel-linternet> , Page consultée le : 26/12/19
- Cisne, R. & Gastal, S., (2011), « Nueva visión sobre los itinerarios turísticos: Una contribución a partir de la complejidad », *Estudios y perspectivas en turismo*, vol. 20, n°6, p. 1449?1463.
- Dann, G. M. S., (2011), « ANGLOPHONE HEGEMONY IN TOURISM STUDIES TODAY », vol. 1, n°1, p. 115.
- Escadafal, A., (2007), « Attractivité des destinations touristiques?: quelles stratégies d'organisation territoriale en France? », *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, vol. 26, n°26?2, p. 27?32.
- Getz, D. & Page, S. J., (2016), « Progress and prospects for event tourism research », *Tourism Management*, vol. 52, p. 593?631.
- Gonzalez, C., (s. d.), « L'adéquation de l'offre touristique française à la demande étrangère », p. 36.
- Hikkerova, L., Arlotto, J. & Mutte, J.-L., (2011), « e-Tourisme?: comportements d'achat et canaux de vente », *Gestion 2000*, vol. 28, n°4, p. 67.
- Hjalager, A.-M., (2010), « A review of innovation research in tourism », *Tourism Management*, vol. 31, n°1, p. 1?12.
- Johnson, A.-G. & Neuhofer, B., (2017), « Airbnb ? an exploration of value co-creation experiences in Jamaica », *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 29, n°9, p. 2361?2376.
- Kalbaska, N. & Cantoni, L., (2018), « The use of eLearning strategies among travel agents in the United Kingdom, India and New Zealand », *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, vol. 18, n°2, p. 138?158.
- Karthika, S., Praveena, p & GokilaMani, M., (2017), « Hololens », *International Journal of Computer Science and Mobile Computing*, vol. 6, n°2, p. 41?50.
- Law, R., Qi, S. & Buhalis, D., (2010), « Progress in tourism management: A review of website evaluation in tourism research », *Tourism Management*, vol. 31, n°3, p. 297?313.
- Lee, C. H. & Cranage, D. A., (2011), « Personalisation?privacy paradox: The effects of personalisation and privacy assurance on customer responses to travel Web sites », *Tourism Management*, vol. 32, n°5, p. 987?994.
- Li, J., Xu, L., Tang, L., Wang, S. & Li, L., (2018), « Big data in tourism research: A literature review », *Tourism Management*, vol. 68, p. 301?323.
- Neuhofer, B., (2012), « An Analysis of the Perceived Value of Touristic Location Based Services », In : M. FUCHS, F. RICCI et L. CANTONI (éd.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2012*, Springer Vienna, Vienna, p. 84?95.
- Neuhofer, B., (2016), « Innovation Through Co-creation: Towards an Understanding of Technology-Facilitated Co-creation Processes in Tourism », In : R. EGGER, I. GULA et D. WALCHER (éd.), *Open Tourism*, Springer Berlin Heidelberg, Berlin, Heidelberg, p. 17?33.
- Neuhofer, B. & Buhalis, D., (s. d.), « Experience, Co-Creation and Technology: Issues, Challenges and Trends for Technology Enhanced Tourism Experiences », p. 17.

- Neuhofer, B., Buhalis, D. & Ladkin, A., (2012), « Conceptualising technology enhanced destination experiences », *Journal of Destination Marketing & Management*, vol. 1, n°1?2, p. 36?46.
- Neuhofer, B., Buhalis, D. & Ladkin, A., (2014), « A Typology of Technology-Enhanced Tourism Experiences: Technology-Enhanced Tourism Experiences », *International Journal of Tourism Research*, vol. 16, n°4, p. 340?350.
- Neuhofer, B., Buhalis, D. & Ladkin, A., (2015a), « Smart technologies for personalized experiences: a case study in the hospitality domain », *Electronic Markets*, vol. 25, n°3, p. 243?254.
- Neuhofer, B., Buhalis, D. & Ladkin, A., (2015b), « Technology as a Catalyst of Change: Enablers and Barriers of the Tourist Experience and Their Consequences », In : I. TUSSYADIAH et A. INVERSINI (éd.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, Springer International Publishing, Cham, p. 789?802.
- Neuhofer, B. & Ladkin, A., (2017), « (Dis)Connectivity in the Travel Context: Setting an Agenda for Research », In : R. SCHEGG et B. STANGL (éd.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2017*, Springer International Publishing, Cham, p. 347?359.
- Rainoldi, M., Neuhofer, B. & Jooss, M., (2018), « Mobile Eyetracking of Museum Learning Experiences », In : B. STANGL et J. PESONEN (éd.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2018*, Springer International Publishing, Cham, p. 473?485.
- Region Ile de France CRT, (2005), Sites Internet touristiques.
- Tassiello, V. & Tillotson, J. S., (2020), « How subjective knowledge influences intention to travel », *Annals of Tourism Research*, vol. 80, p. 102851.
- Tussyadiah, I. P., (2015), « An Exploratory Study on Drivers and Deterrents of Collaborative Consumption in Travel », In : I. TUSSYADIAH et A. INVERSINI (éd.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, Springer International Publishing, Cham, p. 817?830.
- Tussyadiah, I. P., (2016), « Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation », *International Journal of Hospitality Management*, vol. 55, p. 70?80.
- Tussyadiah, I. P. & Pesonen, J., (2016), « Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns », *Journal of Travel Research*, vol. 55, n°8, p. 1022?1040.
- Tussyadiah, I. P. & Zach, F., (2017), « Identifying salient attributes of peer-to-peer accommodation experience », *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol. 34, n°5, p. 636?652.
- Tussyadiah, I. P. & Zach, F. J., (2015), « Hotels vs. Peer-to-Peer Accommodation Rentals: Text Analytics of Consumer Reviews in Portland, Oregon », *SSRN Electronic Journal*.
- Uriely, N., (s. d.), « The tourist experience », p. 19.

D-U04-4581 - UE 16 STAGE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
30.00	1.00	-	-	Semestre 2

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-U04-4551 - UE 1 ECONOMIE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
4.00	1.00	-	36h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4551 - UCE 1 COMMERCE INTERNATIONAL 1

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	OLIVIER BAUDRY	18h00 - CM : 18h00	Semestre 1

Objectifs

L'objectif de ce cours est de maîtriser les aspects techniques du commerce international et de permettre à l'étudiant de comprendre l'importance et la complexité des missions export et import dans l'entreprise en lui présentant la logique des opérations commerciales internationales dans leur continuité : de la prospection commerciale internationale au recouvrement des créances en passant par la gestion logistique (transport, emballage, assurance transport, douanes), la gestion des risques, des paiements et des financements internationaux. Montrer que la réussite de ces actions exige une certaine rigueur et passe par un choix pertinent des outils et techniques correspondant à chaque situation.

Description

Approche des marchés étrangers
 Les incoterms 2020 et l'offre à l'export
 Les transports internationaux :

Travail attendu

Assiduité très fortement recommandée pour la compréhension des notions et l'acquisition du vocabulaire.
 Travail à la maison indispensable pour une bonne compréhension des notions, l'acquisition du vocabulaire et des techniques.

Modalités de contrôle des connaissances

Contrôle terminal sous forme de travail individuel écrit.

Prérequis

Aucun pré-requis n'est exigé pour comprendre et progresser dans ce cours, mais une grande souplesse d'esprit est exigée en raison de son caractère pluri-disciplinaire.

Compétences acquises

- ? Composantes d'un marché en termes d'offre : notion de concurrence directe et de concurrence élargie, situations concurrentielles
- ? Composantes d'un marché en termes de demande (analyse de la demande, différents clients, processus d'achat et comportements d'achats)
- ? Identification des circuits et des réseaux de distribution (formes de distribution finale et inter médiaire)
- ? Différents environnements d'un marché
- ? Outils et méthodes de veille (dont étalonnage ou benchmarking)
- ? Sources d'informations spécifiques à l'international
- ? Veille concurrentielle, commerciale, économique, technologique, juridique et réglementaire
- ? Système d'information marketing (SIM) : définition, utilité, composantes
- ? Spécificités des études internationales
- ? Contenu d'un cahier des charges
- ? Contenu d'une étude pays et méthodologie d'une étude pays
- ? Risques pays (politiques et commerciaux)
- ? Finalités du diagnostic externe, bilan menaces/opportunités

- ? Tableau de synthèse des diagnostics interne et externe (grille Forces/Faiblesses/Opportunités Menaces ou SWOT)
- ? Processus et stratégies de développement à l'international
- ? Critères de sélection de marchés
- ? Matrice de sélection de marchés
- ? Dispositifs d'appui au développement international des entreprises
- ? Rôle et enjeux
- ? Typologie des incoterms
- ? Démarche d'analyse de la demande et de l'offre
- ? Présentation de l'offre (contenu de l'offre et présentation matérielle, proforma)
- ? Conditions générales de vente /d'achat, clauses usuelles d'un contrat de vente internationale
- ? Garanties d'exécution du contrat
- ? Convention de Vienne
- ? Avantages et contraintes des différents modes de transport
- ? Organisation des expéditions selon les modes de transport
- ? Rôle et responsabilités des auxiliaires de transport
- ? Principes de tarification du fret international et des opérations annexes
- ? Critères et méthodes de choix d'une solution de transport
- ? Conventions internationales de transport
- ? Contrat de transport
- ? Responsabilité du transporteur

Références bibliographiques et ressources numériques

- ? BORONAD V. et Al : Commerce international : techniques et management des opérations, BREAL.
- ? DECHAUME J. et VENTURELLI W. : Gestion des procédures Douanières, LE GENIE DES GLACIERS.
- ? CHEVALIER D et DUPHIL F. : Le transport, FOUCHER.
- ? VENTURELLI N. et MIANI P. : Transport logistique, LE GENIE DES GLACIERS.
- ? BARELIER A. et Al, Exporter : pratique du commerce international, FOUCHER.
- ? BORONAD V. et Al, Commerce international : Techniques et management des opérations, BREAL.
- ? LEGRAND G. et MARTINI H. : Management des opérations de commerce international, DUNOD.
- ? MONOD D.P. : Moyens et techniques de paiement internationaux, ESKA.
- ? MEMO?GUIDE : Les moyens de paiement, Le MOCI.
- ? MEMO?GUIDE : Les sécurités de paiement, Le MOCI.
- ? CFCE : EXPORTER, Foucher
- ? Le MOCI <http://www.lemoci.com/>
- ? ClassEXPORT <http://www.classe-export.com/>
- ? <http://export.businessfrance.fr/default.html>
- ? <http://www.douane.gouv.fr>

D-E04-4552 - UCE 2 ECONOMIE MANAGERIALE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	JEROME JOUBERT	18h00 - CM : 18h00	Semestre 1

Objectifs Comprendre les principes fondamentaux de l'analyse économique du comportement des entreprises .

Description la demande et l'élasticité
les coûts de production
le comportement de l'entreprise en concurrence
le monopole et le duopole

Travail attendu

Modalités de contrôle des connaissances Un test final et un ensemble de travaux sur l'ENT

Prérequis Aucun

Compétences acquises Compréhension des choix stratégiques des entreprises selon leur environnement

Références bibliographiques et ressources numériques Tous les documents sont sur l'ENT du cours

D-U04-4552 - UE 2 MANAGEMENT

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
6.00	1.00	-	54h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4553 - UCE 1 MARKETING ET E-MARKETING

Crédits ECTS 2.00	Coefficients 1.00	Enseignant-e responsable LAURENT DUCAU	Volume horaire 18h00 - CM : 18h00	Période Semestre 1
-----------------------------	-----------------------------	--	---	------------------------------

Objectifs**Description****Travail attendu****Modalités de contrôle des
connaissances****Prérequis****Compétences acquises****Références bibliographiques et
ressources numériques**

D-E04-4554 - UCE 2 FINANCE - COMPTABILITE - CONTROLE DE GESTION

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	-	18h00 - CM : 09h00 TDI : 09h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4555 - UCE 3 ANALYSE SECTORIELLE ET STRATEGIES D'ENTREPRISE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	AGNES PARADAS	18h00 - CM : 09h00 TDI : 09h00	Semestre 1

Objectifs
 L'objectif principal de cet enseignement est de sensibiliser les étudiants à des situations particulières dans les entreprises pour élargir leurs champs de connaissance en gestion

Description
 Deux thèmes principaux seront abordés :
 - la spécificité des PME
 - la RSE dans l'entreprise

Travail attendu
 Hormis une participation active lors des cours (travaux progressifs sur des grilles de lecture), une enquête de terrain portant sur la RSE dans une ou plusieurs PME est demandée.

Modalités de contrôle des connaissances
 Un dossier de groupe est rendu suite à l'enquête de terrain.

Prérequis
 Connaissances fondamentales en sciences de gestion.

Compétences acquises
 Savoirs : approfondissement des connaissances en sciences de gestion. Découverte des spécificités des PME. Découverte de la RSE.

Savoir-faire : capacité analyse et synthèse, utilisation de grilles de lecture.

Savoir-être : prise de recul, approche critique, travail en groupe.

Références bibliographiques et ressources numériques
 PME : Travaux des PMistes fondateurs (Julien, Marchesnay, Mahé de Boislandelle ...) et autres plus récents (Torres, Messeghem ...)

RSE : Travaux des nombreux spécialistes RSE et RSE en PME (DD, RSE globale, conceptions diverses de la RSE, RSE et GRH ..) // documents institutionnels variés

Les ressources numériques sont très diverses : actes de congrès spécialisés, sites institutionnels, sites spécialisés (Novéthic ...)

D-U04-4553 - UE 3 PROFESSIONNALISATION

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
4.00	1.00	-	36h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4556 - UCE 1 BUSINESS PLAN

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	CATHERINE CHIABODO	18h00 - CM : 09h00 TDI : 09h00	Semestre 1

Objectifs Être capable de réaliser un business plan pour une création ou reprise d'entreprise.

Description Enseignante responsable : Catherine CHIABODO (Intervenante professionnelle)

- De l'entrepreneur au business plan
- Idée ? Vision ? Étude de marché
- Business model
- Éléments financiers
- Effectuation

Travail attendu Rédaction d'un business plan réalisé par un travail d'équipe de 5 étudiants maximum. Préparation d'une présentation orale du projet défendu, en 10 minutes avec support visuel dans les conditions de pitch des entrepreneurs.

Modalités de contrôle des connaissances Evaluation de la cohérence du business plan ? Evaluation de la prestation orale.

Prérequis Aucun, même si des connaissances en marketing, commerce, comptabilité-gestion-finance peuvent être un plus.

Compétences acquises

- Capacité à effectuer des recherches
- Capacités à trouver des personnes ressources
- Capacité à rédiger un document complexe (marketing, développement commercial, éléments comptables et financiers, ?)
- Capacité à travailler en groupe
- Capacité à prendre la parole en public
- Capacité à convaincre des financeurs.

Références bibliographiques et ressources numériques

? CHANTEUX Anne, NIESSEN Wilfried, Les tableaux de bord et business plan, Editpro, 2015.
 ? HSEIH Tony (PDG de Zappos), L'entreprise du bonheur, LEDUC.S Editions, 2010, 317 pages.
 ? PIGNET Solène, Le guide de l'entrepreneur durable, Dunod, 2021.
 ? SILBERZAHN, Philippe, Effectuation, Les principes de l'entrepreneuriat pour tous, 2ème édition, 2020.
 ? STEILER Dominique, Osons la paix économique, De Boeck Université, 2017.

- ? <https://www.jesuisentrepreneur.fr>
- ? <https://bpifrance-creation.fr>
- ? <https://www.franceactive.org>
- ? <https://www.cresspaca.org>

D-E04-4557 - UCE 2 INSERTION PROFESSIONNELLE ET PREPARATION DU STAGE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	GERSENDE PAULET	18h00 - TDI : 18h00	Semestre 1

Objectifs

Comprendre le processus de recrutement, en France et dans les pays anglo-saxons.
 Découvrir les techniques de candidature en ligne
 Savoir rédiger un CV en anglais et en français
 Convaincre un recruteur lors d'un entretien d'embauche
 Compréhension écrite, compréhension orale, expression écrite et expression orale

Description

Après deux séances de présentation générale de la recherche d'emploi et des techniques de recrutement (en France et en pays anglophone), le travail sera organisé en ateliers individuels afin de permettre d'acquérir le lexique requis pour évoluer dans le monde du travail, de s'entraîner à l'entretien d'embauche, de rédiger un CV et d'adapter ses choix pour l'écriture de la lettre de motivation.

Travail attendu

Préparation de toutes les étapes de recrutement: recherche de stage / emploi, rédaction de CV en français et en anglais, participation à un jeu de rôle de type entretien d'embauche, travail optionnel de rédaction d'une lettre / mail de candidature

Modalités de contrôle des connaissances

1 écrit et 1 oral

Prérequis

Compétences acquises

comprendre les enjeux de la rédaction d'un CV accrocheur
 savoir adapter sa candidature à l'annonce proposée
 être capable de s'exprimer à l'oral et à l'écrit
 convaincre son interlocuteur
 acquérir le lexique requis

Références bibliographiques et ressources numériques

D-U04-4556 - UE 4 LANGUES, COMMUNICATION ET INTERCULTURALITE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
6.00	1.00	-	102h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4558 - UCE 1 ANGLAIS DE LA COMMUNICATION ET DE SPECIALITE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
3.00	1.00	ELEANOR STEWART-TANGUY	36h00 - CM : 24h00 TDI : 12h00	Semestre 1

Objectifs

- Acquérir une compréhension de l'économie et du commerce britanniques contemporains dans leur contexte national et international.
- Etre capable d'identifier les enjeux qui affectent les entreprises et l'industrie touristique britanniques aujourd'hui et d'analyser leurs conséquences possibles.
- Améliorer vos compétences interculturelles et vos compétences en communication d'entreprise

Description

Le cours magistral présente

- une étude des principales caractéristiques de l'économie britannique, de ses secteurs clés et de la place de la Grande-Bretagne dans l'économie mondiale.
- le rôle de Londres dans l'économie nationale et internationale
- les relations internationales de la Grande-Bretagne et l'impact du Brexit sur l'économie britannique
- l'industrie du tourisme, britannique, les nouveaux types de tourisme et les nouveaux marchés

Les travaux dirigés s'organisent par parcours et ciblent le langage oral de spécialité.

Travail attendu

Un suivi régulier des cours.

Les étudiants sont encouragés à faire des interventions en rapport avec les thèmes abordés.

Les étudiants sont invités à consulter les ressources numériques (écrites et audio-visuelles) sur l'ENT, mises à jour tous les ans.

Modalités de contrôle des connaissances

Evaluation écrite sur les thèmes traités en cours (50%)
 Evaluation orale à deux sous forme de présentation (50%)

Prérequis

Bon niveau en anglais (C1).

Compétences acquises

- comprendre la Grande-Bretagne contemporaine et les défis auxquels son économie est confrontée
- comprendre et résumer des documents écrits et oraux
- communiquer ses idées et participer à des discussions
- effectuer des recherches en groupe et faire une présentation orale.

Références bibliographiques et ressources numériques

Voir la page dédiée au module sur l'ENT

D-E04-4568 - UCE 2 LANGUE APPROCHE INTERCULTURELLE ALLEMAND

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	MARIANNE BEAUVICHE	36h00 - CM : 36h00	Semestre 1

Objectifs

Privilégiant une perspective interculturelle, le cours a lieu en allemand et vise à donner aux étudiants une bonne connaissance de l'Allemagne contemporaine tout en développant les compétences proprement linguistiques de chacun.
L'accent est mis sur l'expression orale dans des contextes professionnels.

Description

Connaître et comprendre la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Allemagne et les enjeux liés au commerce, au commerce du vin et au tourisme de l'Allemagne actuelle.
Apprentissage de l'allemand appliqué au commerce, au commerce du vin et au au tourisme.
Analyser et commenter des documents relatifs à la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Allemagne.
Le système politique depuis l'Unification (modalités de l'Unification ; Bundestagswahlen)
Géographie, Länder et routes touristiques
La population : vieillissement ; immigration, migrants
Les entreprises en Allemagne et en France : formes juridiques ; organisation du travail ; communication interne ; recrutements (CV, lettre de motivation, entretien d'embauche)
Communication interculturelle
Les impôts ; le système bancaire
Les Allemands et le tourisme : histoire ; destinations touristiques ; tourisme durable.

Travail attendu

Participation active au cours; préparation HEBDOMADAIRE des exercices proposés; regarder la Tagesschau au moins deux fois par semaine; apprendre du vocabulaire et lire les documents distribués.

Exercices de grammaire ; compréhension de documents écrits et oraux ; traductions ; synthèses et présentations ; travaux individuels et en binômes ; simulation d'une table ronde. Supports textuels et audiovisuels.

Modalités de contrôle des connaissances

Un écrit; une présentation orale avec trace écrite (Handout)

Prérequis

Langue d'enseignement : allemand, niveau B2+ / C1 nécessaire

Compétences acquises

Comprendre les faits de civilisation qui ont marqué l'évolution de l'Allemagne.
Connaître, reconnaître et comprendre les idiosyncrasies culturelles qui marquent les sociétés.
Posséder une bonne connaissance des faits de civilisation, notamment socio-économique de l'Allemagne.

Comprendre, et réagir en conséquence, à des comportements, des sensibilités et des modes de pensée d'une autre culture dans des situations de communication, d'organisation ou de décision.
Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.
Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.
Développer une argumentation avec esprit critique.

Références bibliographiques et ressources numériques

Distribuées et disponibles sur l'ENT à partir de la première séance de cours.

Ouvrage très utile :
Gabriele Padberg-Jeanjean, Deutschland : Grundwissen und mehr...
Comprendre l'Allemagne et sa civilisation, Armand Colin, U : Langues, 2018

D-E04-4567 - UCE 6 PREPARATION LINGUISTIQUE EN ALLEMAND

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
1.00	1.00	-	30h00 - TDI : 30h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-U04-4591 - UE 7 ENVIRONNEMENT TOURISTIQUE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
3.00	1.00	YANNICK HASCOET	33h00 - CM : 30h00 TDI : 03h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-U04-4592 - UE 11 E-TOURISME & CULTURE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
3.00	1.00	-	18h00 - TDI : 18h00	Semestre 1

Objectifs Connaitre les bases et les compétences numériques liés au Tourisme

Description Enseignant responsable César Gélvez (Intervenant professionnel)

Historique du eTourisme,
Concepts de base
Gestion des objets numériques
Analyse des sites internet

Travail attendu Les élèves sont invités à analyser des sites internet et à émettre leurs avis depuis un point de vue professionnel.

Modalités de contrôle des connaissances QCM 0.40+ Travail maison 0.60

Prérequis Connaitre l'utilisation des outils numériques

Compétences acquises Compétences liées au SEO, à la gestion des projets numériques et au web marketing

Références bibliographiques et ressources numériques

Aliu, A., (2011), « Proyección y planificación estratégica en la industria turística: enfoque comparativo y modelo híbrido », Estudios y perspectivas en turismo, vol. 20, n°6, p. 0?0.

Aliu, A., (2014), « HYBRID STRUCTURES IN TOURISM INDUSTRY Innovative Models, Sociological Insights and Multilevel Approaches », p. 18.

Andreas, L., Martin, L., Claudia, B. & Olivia, A., (s. d.), « E-Loyalty in Travel and Tourism: Results from a representative survey in Germany, USA and UK », p. 16.

Batista e Silva, F., Marín Herrera, M. A., Rosina, K., Ribeiro Barranco, R., Freire, S. & Schiavina, M., (2018), « Analysing spatiotemporal patterns of tourism in Europe at high-resolution with conventional and big data sources », Tourism Management, vol. 68, p. 101?115.

Bispo, M. de S. & Pessoa, J., (2012), « APRENDIZAJE COLECTIVO EN EL USO DE LA TECNOLOGÍA COMO PRÁCTICA EN LAS AGENCIAS DE VIAJES », p. 17.

Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S. & Hofacker, C., (2019), « Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality », Journal of Service Management, vol. 30, n°4, p. 484?506.

Buhalis, D. & Law, R., (2008), « Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet?The state of eTourism research », Tourism Management, vol. 29, n°4, p. 609?623.

D-U04-4593 - UE 12 TOURISME & MANAGEMENT QUALITE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
4.00	1.00	YANNICK HASCOET	66h00 - CM : 18h00 TDI : 48h00	Semestre 1

Objectifs

Tourisme et management qualité se présente comme un cours à multiples facettes faisant chacune l'objet d'un approfondissement par un(e) intervenant(e) spécialement voué(e) à son enseignement. Ce faisant, le cours vise à doter les étudiant-e-s d'une culture théorique et pratique élargie à propos des enjeux, outils, acteurs, territoires et échelles relatives aux démarches qualité et leur pilotage en contexte touristique (entreprise, destination).

Description

La diversité des approches est de mise : le management qualité à l'échelle des entreprises (hébergements, ?) et des destinations touristiques (PNR, ?), les démarches qualité en e- et m-tourisme, tourisme sportif et démarche qualité (l'exemple des filières vélo tourisme et VTT), les démarches qualité dans les destinations touristiques du Sud (Népal, Madagascar, ?), le management qualité et la filière de l'hôtellerie de plein air, ? sont autant de sujets abordés permettant aux étudiant-e-s, au fil des interventions, d'enrichir leur maîtrise de la thématique par la variation des contextes touristiques explorés. Les intervenant-e-s se répartissent entre professionnels et experts de terrain, et enseignants-chercheurs spécialisés en tourisme.

Travail attendu

Il est attendu des étudiant-e-s une participation active en cours et des approfondissements dans les références complémentaires proposées par les intervenant-e-s.

Modalités de contrôle des connaissances

Dossier écrit en groupe (0.25)
Soutenance orale sur dossier (0.25)
QCM (0.25)
Dossier écrit de groupe (0.25)

Prérequis

Les prérequis attendus sont ceux relatifs à l'accès au master Management sectoriel parcours E-Tourisme et Management de Projets Touristiques.

Compétences acquises

A l'issue du cours, les étudiant-e-s seront capables de :

- comprendre une grande diversité de contextes touristiques à la lumière des démarches qualité
- saisir sur les plans pratiques et théoriques les enjeux particuliers à des filières
- expérimenter la création d'un label qualité et d'en apprendre, chemin faisant, les enjeux

Références bibliographiques et ressources numériques

* les références sont continuellement actualisées et partagées par les intervenant-e-s, en cours.

- BURHIN François, VANDALLE Georges, 2014, « La démarche qualité en tourisme », Septentrion, 272p.
- Saida Merasli, « La qualité dans l'industrie du tourisme : un impératif majeur pour un tourisme

- durable », Téoros [En ligne], 23-2 | 2004, mis en ligne le 01 septembre 2010, consulté le 18 juillet 2020. URL : <http://journals.openedition.org/teoros/634>
- SARRASIN Bruno, « Géopolitique du tourisme à Madagascar : de la protection de l'environnement au développement de l'économie », Hérodote, 2007/4 (n° 127), p. 124-150. DOI: 10.3917/her.127.0124. URL: <https://www.cairn.info/revue-herodote-2007-4-page-124.htm>
 - LÉTANG M., DÉRIOZ P., Le NOAC'H J., 2017. « Développement touristique, approches patrimoniales et arrangements sociaux en versant sud des Annapurna (Népal) », BAGF ? Géographies, n° 2017-2, coord. par B. Thibaud & R. Bénos, Paysanneries et patrimonialisation dans les Suds. Ressources, conflits, arrangements, pp. 306-329 [en ligne : <https://journals.openedition.org/bagf/1475>].
 - DÉRIOZ P., LÉTANG M., BACHIMON P., UPADHAYAYA P.K., LOIREAU M., Le NOAC'H J., 2017. « Diversification touristique, démarches innovantes et changement social en versant sud des Annapurna. Quelle place pour les femmes ? », Les Carnets du Labex ITEM, Actes du colloque international : La montagne, territoire d'innovation, Grenoble, 11-13 janvier 2017 [en ligne : <https://labexitem.hypotheses.org/486#more-486>]
 - Association Nationale du Tourisme Solidaire et Responsable (ANTSO RE) à Madagascar, Charte des voyageurs engagés pour un tourisme plus responsable, URL : <https://www.antsore.com/charte>
 - Fédération nationale de l'Hôtellerie de Plein Air, <http://fnhpa-pro.fr/>

D-U04-4561 - UE 15 STAGE M1

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
30.00	1.00	-	-	Semestre 2

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**
