



UNIVERSITÉ PARIS 1  
**PANTHÉON SORBONNE**

**IREST**

Institut de Recherche et d'Études  
Supérieures du Tourisme

**MENU DES COURS**

Master Professionnel et Recherche 1 et 2  
**Gestion et Valorisation Touristique du  
Patrimoine**  
GVTP

Responsable pédagogique  
Aurélie CONDEVAUX (M1 et M2)

Année universitaire 2021-2022

## TABLEAU RECAPITULATIF DES MODALITES DE CONTROLE

SEMESTRE 1	NB HEURES	ECTS	ENSEIGNANT(E)	MC
<b>UE n° 1 : Les concepts fondamentaux du tourisme</b>	<b>120</b>	<b>12</b>		
Gestion des entreprises (TC)	25	2	ROUGES (25h) + CORBIN-OCCELLI (8h)	CT (1h30)
Les concepts économiques fondamentaux (TC)	20	2	COMINELLI	CT (1h30)
Les fondements du marketing touristique (TC)	20	2	CORBIN-OCCELLI	CT (1h30)
Droit et tourisme(TC)	15	1,5	JEGOUZO	CT (1h30)
Géographie du tourisme (TC)	25	2,5	GRAVARI-BARBAS	CT (2h)
Socio-anthropologie du tourisme (15h) (TC)	15	2	CONDEVAUX	CT (2h)
<b>UE n°2 : Outils et méthodes</b>	<b>70</b>	<b>11</b>		
Anglais	18	2	SGEL	CC
LV2	18	2	SGEL	CC
Atelier de terrain GVTP	15	3	ARSLAN	CC
Méthodologie de la recherche GVTP	10	2	CONDEVAUX	CC
Conférences de Spécialistes	2,25	2	Coord. BASTIN	CC
<b>UE n° 3 : Les systèmes du tourisme et du patrimoine</b>	<b>60</b>	<b>7</b>		
Gouvernance des territoires dans le cadre du dév. Durable (TC)	20	2	CORNU	CT (2h)
Tourisme (é)TIC (TC)	10	1,5	KADDOURI	CT
Outils et méthodes d'observation du tourisme (TC)	10	1,5	BLANC	CT (1h30)
Patrimoine culturel, patrimoine naturel : quels enjeux aujourd'hui ? (TC)	20	2	GRAVARI-BARBAS	CT (2h)
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>30</b>		
SEMESTRE 2	NB HEURES	ECTS	ENSEIGNANT(E)	MC
<b>UE n° 1 : Fondamentaux du tourisme</b>	<b>90</b>	<b>10</b>		
Les marchés du tourisme (TC)	15	1,5	THOMAS	CT (1h30)
La mise en tourisme des sites (TC) (15h)	7,5	1,5	CORBIN-OCCELLI +TOBELEM	CT (1h30)
Conférences de Spécialistes (TC) (9h total)	2,25	1,5	Coord. BASTIN	CC
Anglais	18	2	SGEL	CC
LV2 de Spécialité	18	2	SGEL	CC
<b>UE n° 2 : Préservation et médiation du patrimoine</b>	<b>90</b>	<b>10</b>		
Le patrimoine culturel : approches théoriques et pratiques	10	1,5	CONDEVAUX + COMINELLI	CT (2h)
Médiation culturelle et tourisme	20	2	PROTOYERIDES	CT (2h)
Préservation des sites culturels : principes généraux et études de cas	20	2	MENGIN	CC
Multimédia, nouvelles technologies et patrimoine	10	1,5	CANTONI	CC
Les outils de la protection du patrimoine naturel et culturel	15	1,5	WAGENER	CT (2h)
Événements et animation des territoires (Mut DATT)	15	1,5	JOLY	CC

<b>UE n° 3 : Patrimoine et tourisme. Acteurs, approches et réseaux</b>	<b>70</b>	<b>10</b>		
Modes de gestion publique et privée du patrimoine	10	1,5	TOBELEM	CT (2h)
Les acteurs et les métiers du patrimoine	10	1	TOBELEM	CC
Marketing et filières du tourisme culturel	15	1,5	COMINELLI + EXTERIEUR	CT
Méthodologie du mémoire	10	2,5	TASTET	CC
Atelier de terrain	15	2,5	BOIROT	CC
Techniques de recherche d'emploi	10	1	PERRUCHIONE	CC
<b>UE n° 4 : stage</b>		<b>1,5</b>		
TOTAL S2	<b>250</b>	<b>30</b>		
<b>SEMESTRE 3</b>	<b>NB HEURES</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>	<b>MC</b>
<b>UE n° 1 : Conduite de projets culturels et patrimoniaux</b>	<b>105</b>	<b>9</b>		
Gestion de la qualité dans les organisations touristiques	15	1,5	EVENO (9) + TOBELEM (6)	CT (2h)
Conception et montage de projets culturels	25	1,5	BLANC	CC
Stratégie de développement et financement des institutions culturelles (MUT. MIT)	30	2,5	TOBELEM	CT
Stratégies territoriales et sites patrimoniaux	15	1	BOUKHRIS	CC
Communication des institutions culturelles et patrimoniales	15	2	MIGNON	CC
Interprétation du patrimoine et nouvelles technologies	15	1	GAUVIN (10) + LAUVRAY	CC
<b>UE n° 2 : Patrimoine mondial et tourisme</b>	<b>95</b>	<b>10</b>		
Analyse et valorisation du PM matériel et immatériel	20	2	JACQUOT (15) + CONDEVAUX (5)	CT (2h)
Gouvernance et mise en tourisme des sites du PM	35	4	TASTET (10) + VARGAS (9) + BASILE (9) + JOURNEE UNESCO (7h)	CC
Préservation, Gestion et mise en valeur des Grands sites de France	20	2	VOURC'H	CC
Economie du patrimoine culturel (MUT EDTI)	20	2	COMINELLI	CT (1h30)
<b>UE n° 3 : Outils et méthodes</b>	<b>60</b>	<b>9</b>		
Méthodologie de la recherche	10	2	CONDEVAUX	CC
Atelier de Terrain	14	3	BASTIN	CC
Anglais	18	2	SGEL	CC
LV2	18	2	SGEL	CC

# SEMESTRE 1

<b>UE n° 1 : Les concepts fondamentaux du tourisme</b>	<b>120</b>	<b>80</b>	<b>40</b>	<b>12</b>	
--	------------	-----------	-----------	-----------	--

	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
<b>Gestion des entreprises</b>	<b>25</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>Véronique ROUGES (17h) et Sidoine CORBIN-OCCELLI (8h)</b>

## OBJECTIF DU COURS

Le cours vise à faire découvrir des concepts et des outils simples afin de comprendre et maîtriser la formation du résultat d'une entreprise.

## PROGRAMME DU COURS

1. Introduction 2. Des bases de comptabilité 3. La fixation du prix 4. Le calcul des coûts 5. Le comportement des coûts 6. Prévoir et orienter 7. Le pilotage.

## LECTURES CONSEILLEES

Dumas, G., Larue, D. (2012). Contrôle de gestion DCG 11. Paris : Litec

Lendrevie, J., Lévy, J. (2013). Mercator. Paris : Dunod

Mintzberg, H., Ahlstrand, B., Lampel, J. (2009). Safari en pays stratégie. Paris : Pearson

Richard, J., Bensadon, D., Colette, C. (2014). Comptabilité financière : IFRS versus normes françaises. Paris : Dunod.

Ces ouvrages ne sont pas à lire en entier (sauf intérêt personnel pour leur contenu), mais les étudiants pourront y retrouver des éléments du cours.

## MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal (1h30)

<b>Les concepts économiques fondamentaux</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>Francesca COMINELLI</b>

## A) OBJECTIFS ET STRUCTURE DU COURS

Le tourisme joue un rôle crucial dans nos sociétés, du point de vue tant économique que social, culturel et environnemental. Le cours forme les étudiants aux fondements conceptuels de l'économie appliquée au tourisme, afin de les aider à mieux comprendre et suivre la nature et les évolutions de ce phénomène.

Le cours abordera dans un premier temps les concepts du tourisme en tant que phénomène économique et son évolution. Ensuite il présentera les tendances majeures aux niveaux mondial et européen, ainsi qu'au niveau local où les enjeux des destinations touristiques seront étudiés (en prenant en compte les effets récents de la crise sanitaire liée au Covid 19). En adoptant non seulement une perspective macro et microéconomique, mais celle de l'économie de l'entreprise, les sujets de la demande et de l'offre touristique seront définis et examinés. Enfin, le cours abordera la question des impacts du tourisme sur les économies contemporaines.

## **B) LECTURES CONSEILLEES**

Page S., Tourism management, Routledge, 2019.

Candela G., Figini P., The Economics of Tourism Destinations, Springer, 2012 ed. (15 octobre 2014)

## **C) MODALITE D'EVALUATION**

Contrôle terminal

Examen écrit d'une durée d'1h30

<b>Les fondements du marketing touristique</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>1,5</b>	<b>Sidoine CORBIN-OCCELLI</b>

## **OBJECTIF DU COURS**

Le contenu du cours tient compte des objectifs suivants : L'acquisition de connaissances de base dans les domaines du marketing des services et du tourisme : notions de base, "boite à outils" marketing ; L'application des concepts fondamentaux du marketing au contexte des entreprises et structures touristiques en tenant compte des différentes spécialités de M1; La prise en compte du développement d'Internet et de la variété des clientèles des entreprises organismes et destinations touristiques en France.

## **PROGRAMME DU COURS**

- 1 : les concepts de base
- 2 : la communication
- 3 : la gestion du produit touristique
- 4 : l'accessibilité et la distribution des produits touristiques
- 5 : les politiques tarifaires
- 6 : le marketing touristique sur internet
- 7- Le plan marketing / Le benchmark : présentation / applications

## **LECTURES CONSEILLES**

Isabelle Frochot, Patrick Legohérel (2007), "Le Marketing du tourisme", Ed. Dunod, 296 pages.

Lebon Yvelise, Van Laethem Nathalie et Durand-Megret Béatrice (2007), "La boîte à outils du responsable marketing", Ed. Dunod, 192 pages.

## MODALITÉ D'ÉVALUATION

Contrôle terminal (1h30)

	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
<b>Droit et tourisme</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>1,5</b>	<b>Laurence JEGOUZO</b>

## OBJECTIF DU COURS

Le cours a comme objectif de permettre aux étudiants de comprendre l'environnement juridique des activités touristiques.

Il est en effet difficile sans être pour autant juriste de formation, d'ignorer un certain nombre de règles qui orienteront l'activité des agences de voyages, des hôtels, des offices de tourisme, etc.

## PROGRAMME DU COURS

Introduction : L'apport des autres matières à la construction du droit du tourisme

A – Economie et droit du tourisme

B - Sociologie et droit du tourisme

C - Histoire et droit du tourisme

D – Géographe et droit du tourisme

I - DROIT PUBLIC APPLIQUE AU SECTEUR TOURISTIQUE

DROIT PUBLIC INTERNE

1 : LE DROIT PUBLIC DU TOURISME

2 : LES COMPETENCES DE L'ETAT DANS LE SECTEUR DU TOURISME

2.1. Les compétences nationales : La DGE et Atout France

2.2. Les compétences régionales : Les DIRRECTE

Cas pratique

3 : LES COLLECTIVITES TERRITORIALES ET LE TOURISME

3.1. La région et le tourisme

3.2. La département et le Tourisme

3.3. Les communes et le tourisme

3.4. Les enchevêtrements de compétences

Cas pratique

II - DROIT PRIVE APPLIQUE AU SECTEUR TOURISTIQUE

4 : LES ACTEURS PRIVES ET LE DROIT DU TOURISME

4.1. Les agences de voyage : la réforme de 2009

4.2. Les hôtels et la nouvelle classification

4.3 Les Palaces

4.4. Les chambres d'hôtes

Cas pratique

## LECTURES CONSEILLES

Jégouzo Laurence, Le droit du tourisme, lextenso 2012

Lachieze Christophe, le droit du tourisme 2015

La revue Droit et pratique du tourisme

La revue juristourisme -

## MODALITÉ D'ÉVALUATION

Contrôle terminal (1h30)

	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
<b>Géographie du tourisme</b>	<b>25</b>	<b>20</b>	<b>5</b>	<b>2,5</b>	<b>Maria GRAVARI-BARBAS</b>

## OBJECTIFS DU COURS

Le cours introduit l'approche géographique dans la compréhension du phénomène touristique, depuis l'apparition du tourisme et jusqu'à aujourd'hui, selon une triple perspective géohistorique, d'aménagement, et critique. L'enjeu est de replacer le développement du tourisme dans le temps long, en lien avec la production des lieux touristiques, pour comprendre leurs transformations contemporaines et les enjeux du tourisme dans la globalisation. Il s'agit également de se familiariser avec une approche géographique du tourisme, croisant la production des lieux, l'étude des mobilités, les pratiques spatialisées.

## PROGRAMME

Après une séance plus théorique sur les apports et les enjeux de l'approche géographique pour l'analyse du tourisme, le cours aborde dans une perspective géohistorique la naissance et le développement du tourisme et de ses lieux, puis la question de la typologie des lieux touristiques et de leur évolution, en lien avec les enjeux de l'aménagement. Ensuite, le cours met l'accent sur la mondialisation du tourisme et la généralisation du tourisme, à plusieurs échelles et à partir de cas emblématiques. Nous examinerons également les formes touristiques dans leur croisement Nord-Sud, et les enjeux éthiques et moraux posés.

## LECTURES RECOMMANDÉES (une bibliographie par séance sera fournie sur l'EPI)

Gravari-Barbas, Jacquot, 2012, « Tourisme et géographie, une géographie du tourisme », dans : Morisset, Sarrasin, Ethier, Épistémologie des études touristiques, Presses de l'Université de Québec.

Gravari-Barbas, Jacquot, 2018, Atlas du tourisme et des loisirs, éditions Autrement.

MIT, Tourismes 2, 2005, Moments de lieux, Belin, Mappemonde.

MIT, Tourismes 3, 2011, La révolution durable, Belin, Mappemonde.

Shaw, Williams, 2007, Tourism and tourism spaces, Sage

## MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal (2h)

Socio- anthropologie du tourisme	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	12	3	2	Aurélie CONDEVAUX

## OBJECTIFS DU COURS

Les étudiants seront initiés à la spécificité des approches anthropologiques et sociologiques dans le champ plus large des sciences sociales et à la manière dont les méthodes, concepts et problématiques de ces disciplines peuvent être mobilisés pour étudier des pratiques touristiques. A la fin du semestre, les étudiants pourront expliquer les principaux débats théoriques qui ont animé le développement des approches anthropologiques et sociologiques du tourisme et seront capables d'expliquer les principales thématiques abordées dans ces domaines d'étude, en s'appuyant sur des exemples concrets d'études réalisées et de cas ethnographiques.

## PLAN DU COURS

Ce cours mettra d'abord en évidence comment, du fait des spécificités historiques de ces deux disciplines, sociologie et anthropologie ont développé des thématiques qui leur sont propres. Nous aborderons les approches spécifiquement sociologiques du tourisme, en lien notamment avec la sociologie de la culture et des loisirs et la sociologie du travail. Nous examinerons ensuite comment les anthropologues ont peu à peu pris en compte les phénomènes touristiques sur des terrains dits "lointains" avec en premier lieu des préoccupations liées à l'impact des pratiques touristiques sur des sociétés qualifiées de "traditionnelles". Puis nous verrons que les deux approches convergent désormais autour de l'objet tourisme, à travers des thématiques communes, notamment l'authenticité, les imaginaires, l'ethnicité et les constructions identitaires.

- I. Introduction à la sociologie et à l'anthropologie
- II. Sociologie du tourisme: thématiques et méthodes
- III. Anthropologie du tourisme: thématiques et méthodes
- IV. Thématiques croisées (1): la question de l'authenticité
- V. Thématiques croisées (2): ethnicité et constructions identitaires

## LECTURES CONSEILLES

- Cousin Saskia et Bertrand Réau, 2009, Sociologie du tourisme, Paris : la Découverte.
- Doquet, Anne, 2002, «Se montrer Dogon. Les mises en scène de l'identité ethnique », Ethnologie comparée, n°5.
- Michaud, Jean, 2001, « Anthropologie, tourisme et sociétés locales au fil des textes », Anthropologie et Sociétés, vol. 25, n°2 : pp.15-33.
- Réau, B., 2009, « Voyages et jeunesse « favorisée ». Usages éducatifs de la mobilité », Agora débats/jeunesses, 3, n° 53, p. 73-84.

## MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal (2h)



<b>UE n°2 : Outils et méthodes</b>	<b>70</b>	<b>9</b>	<b>61</b>	<b>11</b>	
------------------------------------	-----------	----------	-----------	-----------	--

<b>Anglais LV2</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>SGEL</b>
	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>SGEL</b>

Les cours de Langue (Anglais + LV2) sont organisés en collaboration avec le Service de Langues de Paris 1 (SGEL).

Ils sont organisés en niveaux de langue :

Niveau 1 (A1) Débutant première année exclusivement

Niveau 2 (A2) Débutant deuxième année et faux débutants

Niveau 3 (B1) Remédiation/consolidation

Niveau 4 (B2) Perfectionnement

Niveau 5 (C1) Perfectionnement et/ou langue appliquée

Niveau 6 (C2) Perfectionnement et/ou langue appliquée

### **MODALITE D'EVALUATION**

CC pour les niveaux N1 à N3. A partir de N4 : choix possible entre le contrôle continu (fréquentation du TD) et l'examen terminal (ET)

<b>Atelier de terrain</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>Linda BOUKHRIS</b>

### **OBJECTIF DU COURS**

Les ateliers de mise en situation sur le terrain constituent un travail en réponse à une commande par un organisme public ou privé, mettant les étudiants en situation d'études, d'analyse et de propositions, avec un certain degré d'autonomie. Cette commande fait l'objet d'une convention entre l'organisme commanditaire et l'IREST, détaillant un calendrier, des objectifs, des engagements.

### **MODE D'ÉVALUATION**

Contrôle continu (rendus intermédiaires, rendu final, et présentation orale devant les acteurs concernés)

<b>Tables-rondes et conférences de l'IREST</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>CONFERENCIERS Coordination : Agnès BASTIN</b>

## **SEMESTRE 1**

### **Mode d'évaluation**

L'organisation des conférences par les étudiants est évaluée en fonction de différents critères comme : l'autonomie, la pertinence du sujet et de son développement durant la conférence, l'accueil des intervenants et la communication autour de l'évènement (CC).

Chaque conférence donne lieu à un compte rendu, réalisé par un groupe d'étudiants (CC). Un partiel est également prévu : un QCM, questions à réponses courtes (2h).

<b>Méthodologie de la recherche</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>Aurélié CONDEVAUX</b>

### **OBJECTIF DU COURS**

Ce cours constitue une initiation aux pratiques de recherche, en vue de la préparation du mémoire de recherche.

L'objectif est de permettre à chaque étudiant de construire une démarche de recherche, en formulant une problématique, des hypothèses, et en mettant en œuvre des méthodes appropriées. L'objectif est pour chaque étudiant de réaliser son premier rendu de mémoire, définissant un état de l'art et une problématique.

Les séances seront consacrées à la présentation de méthodologies de recherches, et à la discussion des projets de recherche des étudiants.

### **MODE D'ÉVALUATION**

Contrôle continu

<b>UE n° 3 : Les systèmes du tourisme et du patrimoine</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	
--	-----------	-----------	-----------	----------	--

<b>Gouvernance des territoires dans le cadre du développement durable</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>Linda BOUKHRIS</b>

## OBJECTIF DU COURS

Le cours vise à comprendre les contextes politiques et socio-économiques d'émergence de concepts mobilisés par une diversité d'acteurs poursuivant des agendas économiques et politiques pluriel, voire divergents, et dont les contours conceptuels demeurent flous. Il s'agira ainsi de saisir d'une part, les enjeux du paradigme de la durabilité dans le champ de l'action publique et privé à plusieurs échelles, et d'autre part, ceux de la gouvernance territoriale, précisément reconfigurée par l'émergence de la question environnementale. Des cas d'études en France et dans le monde seront explorés dans le cadre du développement touristique, à partir d'une approche critique.

## PROGRAMME DU COURS

1. Le paradigme de la durabilité/La durabilité dans le champ du tourisme/Nouveaux enjeux à l'heure de l'anthropocène;
2. La notion de gouvernance territoriale/Cartographie des acteurs/Outils et mécanismes de la gouvernance (information, consultation, dialogue, concertation, négociation, conflits)/Nouvelles formes de gouvernance dans le cadre de la durabilité ;
3. Approche participative de la gouvernance territoriale/Méthodologies et outils/Limites.

## LECTURES CONSEILLEES

Babou I, 2015, « Patrimonialisation et politiques de la nature : le parc national de La Réunion », Vertigo - la revue électronique en sciences de l'environnement [En ligne], Vol. 15 Numéro 1.

Dumont J-F., 2012, Diagnostic et gouvernance des territoires. Concepts, méthode, application, Armand Colin, Paris.

Froger G., 2006, « Significations et ambiguïtés de la gouvernance dans le champ du développement durable », Mondes en développement, Vol. 4, n° 136, p. 11-28.

## Modalité d'évaluation

Contrôle Terminal (2h)

<b>Tourisme é(TIC)</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>1,5</b>	<b>Ouïam KADDOURI</b>

## OBJECTIFS DU COURS

Le cours vise à introduire les nouvelles technologies et leurs impacts sur le secteur du tourisme et les pratiques des acteurs de ce secteur. Dans ce sens, le contenu permet de comprendre et expliquer les tendances les plus importantes dans le tourisme électronique ainsi que les enjeux des technologies de l'information comme sources d'innovations majeures dans le secteur du tourisme d'en l'intensité concurrentielle s'intensifie au fur et à mesure des années et de

l'apparition de nouveaux acteurs. De plus, le cours vise à permettre de comprendre le rôle des TIC pour la gestion d'une entreprise touristique et sa capacité d'action sur leur avantage concurrentiel

### MODALITE D'EVALUATION

Contrôle Terminal

Outils et méthodes d'observation du tourisme	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10	10	0	1,5	Jean-Michel BLANC

### OBJECTIFS DU COURS

Le cours a pour objet de sensibiliser aux processus de décision et d'évaluation qui exigent de connaître et maîtriser les bases de l'observation touristique, le vocabulaire, les concepts, leur utilisation. L'identification des bonnes sources statistiques, la connaissance des méthodes d'enquêtes permettent de disposer du recul critique indispensable à la bonne exploitation des informations. La réflexion sur la recherche de bons indicateurs constitue un point de passage indispensable dans toute situation de prise de décision. Le cours présente les grands indicateurs du tourisme, et des informations actualisées sur les acteurs « observateurs » du tourisme, les centres de ressources et sources de données économiques, les bases statistiques publiques et privées aux différents niveaux territoriaux. Les outils et méthodes d'observation économique du tourisme, pilotés notamment au niveau national, sont présentés et illustrés (enquêtes, dispositif de veille, organismes concepteurs d'études et de recherche ...). Leur interprétation et les limites sont également abordées autour des données macro-économiques nationales. L'intervention vise ainsi à permettre de mettre en perspective la notion d'observation et son utilisation dans toute prise de décision. La démarche doit conduire chaque professionnel du tourisme à comprendre la démarche d'observation, de veille, et d'analyse, et à s'approprier cette démarche dans son cadre de travail. L'une des séquences de cours invite les étudiants à imaginer des indicateurs permettant d'apprécier des effets du tourisme par rapport à certains Objectifs de Développement Durable adoptés lors d'un sommet des Nations Unies. Une autre séquence interpelle les étudiants sur de nouveaux indicateurs possibles pour éclairer les décisions publiques et privées suite à la publication du bilan carbone du tourisme en France.

### LECTURES CONSEILLEES

- Mémento du tourisme 2018 – Direction Générale des Entreprises
- Atlas du tourisme en France – 2018 – DGE
- Le tourisme en France : collection INSEE références – édition 2008
- Le compte satellite du tourisme 2012 – DGCIS & Le 4 pages « compte satellite du tourisme 2016 » – DGE

- Le tourisme post-Covid-19 : perspectives à l'horizon 2021 - Jean-Michel BLANC (sur le site Futuribles International) : <https://www.futuribles.com/fr/document/le-tourisme-post-covid-19-perspectives-a-l-horizon/>
  - Bilan des émissions de gaz à effet de serre du secteur du tourisme en France (publication juin 2021) : <https://www.ademe.fr/bilan-emissions-gaz-a-effet-serre-secteur-tourisme-france>
  - Revue Espaces n°360 (Mai 2021) : Observations des territoires : nouveaux outils et méthodes
- Ainsi que :*

- Les articles de la rubrique « Bonus Analyses » concernant les statistiques du tourisme, sur le site [www.coachomnium.com](http://www.coachomnium.com)  
 et les sites internet à explorer : veilleinfotourisme, Eurostat, Atout France, INSEE, territoires (Département/CDT, Régions/CRT, Communes)...

Le site de l'Agence de cohésion des territoires : <https://agence-cohesion-territoires.gouv.fr/recherche/tourisme>

Le site de l'Organisation Mondiale du Tourisme : <https://www.unwto.org/fr/tourisme-et-odd>

## MODALITE D'EVALUATION

Contrôle Terminal (1h30)

<b>Patrimoine culturel et naturel : quels enjeux aujourd'hui ?</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>Maria GRAVARI-BARBAS</b>

## OBJECTIFS DU COURS

Le cours aborde la notion de patrimoine dans ses différentes dimensions (culturelle/naturelle, tangible/intangible, monumentale/vernaculaire) depuis le contexte de la mise en place de cette notion au XIXe siècle à son élargissement (thématique, spatial, chronologique) au cours du XXe et du XXIe siècle. L'objectif du cours vise à analyser les multiples dimensions (politiques, sociales, culturelles, économiques) d'une notion polysémique et les enjeux de la valorisation touristique du patrimoine.

Un des axes majeurs du cours sera de saisir les enjeux que charrient les concepts de Nature/Culture, un grand partage historiquement construit et situé, ainsi que leurs évolutions dans le champ patrimonial et touristique.

## PROGRAMME DU COURS

Construction sociale de la notion du patrimoine ; Processus de patrimonialisation et société contemporaine ; Patrimoine mondial de l'UNESCO: contours, approches et applications ; Nature/Culture : construction historique de la dichotomie ; définitions ; évolutions conceptuelles au sein des acteurs du patrimoine et du tourisme (UNESCO, UICN etc.) ; Cas pratiques : enjeux de la valorisation touristique des sites naturels et culturels.

## LECTURES CONSEILLEES

Gravari-Barbas M., Guichard-Anguis, S., 2003, Regards croisés sur le patrimoine à l'aube du 3<sup>e</sup> millénaire, Presses Universitaires de la Sorbonne

Bouisset C., Degrémont I., 2013, « La patrimonialisation de la nature : un processus en renouvellement », L'Espace géographique, N°3, Tome 42. (Numéro thématique, ensemble des articles à consulter).

Veschambre V., 2008, Traces et mémoires urbaines, enjeux sociaux de la patrimonialisation et de la destruction, PUR.

**Modalité d'évaluation**

Contrôle Terminal (2h)

## SEMESTRE 2

<b>UE n° 1 : Fondamentaux du tourisme</b>	<b>90</b>	<b>39</b>	<b>51</b>	<b>10</b>	
---	-----------	-----------	-----------	-----------	--

<b>Les marchés du tourisme</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>1,5</b>	<b>Frédéric THOMAS</b>

### OBJECTIFS DU COURS

Ce cours sur l'étude des marchés du tourisme fait appel aux développements de l'économie industrielle pour donner les clés essentielles à la compréhension des marchés du tourisme et des logiques micro-économiques qui sous-tendent les réponses des acteurs concernés aux différentes politiques publiques. Dans une partie introductive, il reprend les principes essentiels de la théorie économique (rareté, choix, allocation, etc.), laquelle est née en partie du constat d'une relation de déséquilibre entre les ressources disponibles et les besoins des individus tout d'abord à l'échelle des nations puis aujourd'hui, avec l'introduction du concept de développement durable, au niveau planétaire. Dans une seconde partie, le cours s'intéresse au fonctionnement des entreprises et des marchés (formes), ainsi que leurs interactions (modèles de concurrence). Un point particulier sera porté à l'émergence des plateformes internet de produits et services touristiques y compris les modifications apportées à la chaîne de valeur globale du tourisme et au jeu de la concurrence. Enfin, une dernière partie portera sur les évolutions récentes des marchés avec l'émergence de l'économie collaborative, le rôle de l'innovation et les enjeux du développement durable dans le secteur du tourisme en particulier après la pandémie du COVID-19.

### LECTURES CONSEILLEES

Armstrong M. & Sappington D. (2007) Recent Development in the theory of regulation, Handbook of Industrial Organization, Volume 3, Elsevier B.V.

Cacomo J.-L. (2007), Fondements d'économie du tourisme. Acteurs, marchés, stratégies, De Boeck.

Lapeyre R. (2006), « Conflits d'usage et gouvernance décentralisée du tourisme en zones rurales namibiennes : peut-on privatiser le bien commun touristique ? », *Mondes en développement*, 2006/4 (n° 136), p. 67-84. DOI : 10.3917/med.136.0067. URL : <https://www.cairn.info/revue-mondes-en-developpement-2006-4-page-67.htm>

La Rochefoucauld (de) B. (2007), Economie du tourisme, Bréal.

Marty, F. (2017). L'économie des plateformes : dissipation ou concentration de la rente ?, *Sciences Po OFCE Working Paper*, n°13, 2017-04. Téléchargé à partir d'URL : [www.ofce.sciences-po.fr/pdf/dtravail/WP2017-13.pdf](http://www.ofce.sciences-po.fr/pdf/dtravail/WP2017-13.pdf)

Paranque B. (1995) : « Compétitivité et rentabilité des entreprises industrielles », Banque de France, Collection Entreprises, B 95/06.

Perrot, A. (2007). Introduction générale : Économie industrielle et politiques microéconomiques. *Économie & prévision*, 178-179, (2), 2-7.

Sabourin Vincent (2000) *L'industrie touristique : Stratégie concurrentielle des entreprises* (collection tourisme), Presse de l'université du Québec.

Sessa Alberto (1975) "Une nouvelle approche théorique au marché touristique", *The Tourist Review*, Vol. 30 Issue: 2, pp.42-49

Stafford J. (1999), *Microéconomie du tourisme*, Presses de l'Université du Québec.

Tribe J. (2015) *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. Book* • 5th Edition, Routledge

Varian H.R. (1992), *Introduction à la microéconomie*, De Boeck.

Webster C. and Ivanov, S. (2015) "Geopolitical drivers of future tourist flows", *Journal of Tourism Futures*, Vol. 1 Issue: 1, pp.58- 68

### MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal (1h30)

	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
<b>La mise en tourisme des sites</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>1,5</b>	<b>Sidoine CORBIN-OCCELLI 7,5 / Jean-Michel TOBELEM 7,5</b>

### OBJECTIF DU COURS

Ce cours complète notamment le cours de marketing du 1er semestre. Il a pour objectif d'aborder les fondamentaux nécessaires pour construire une politique cohérente de mise en tourisme d'un site géographiquement défini.

Les politiques de mise en tourisme étudiées sont celles des différents acteurs impliqués dans la valorisation des sites touristiques. Il s'agit notamment de mettre en application des outils



méthodologiques, des indicateurs et des grilles d'audit, pour évaluer les politiques et les moyens que se donnent les acteurs étudiés en vue de définir et mettre en œuvre ces politiques (étude de marché, etc.) et pour interpréter les attentes des touristes et des populations locales.

## PROGRAMME DU COURS

1. Positionnement des sites
  2. L'attractivité des sites touristiques
  3. Les stratégies de mise en tourisme
  4. La perception des sites touristiques et du patrimoine
  5. Territoires et événements
  6. Une forme spécifique de mise en tourisme : l'ouverture au public du patrimoine privé
- Les cas d'application visent à développer une approche critique des outils utilisés.

## LECTURES CONSEILLES

Gerard Tocquer, Michel Zins, Jean-Marie Hazebroucq (1999), « Marketing du tourisme » Ed. Gaëtan Morin, 304 pages, 2e édition  
 Valery Patin (2012), « Tourisme et patrimoine », Ed. La Documentation française, 208 pages

## MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal (1h30)

	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
<b>Tables-rondes et conférences de l'IREST</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>1,5</b>	<b>Conférenciers Coordination : Agnès BASTIN</b>

L'organisation des conférences par les étudiants est évaluée en fonction de différents critères comme : l'autonomie, la pertinence du sujet et de son développement durant la conférence, l'accueil des intervenants et la communication autour de l'évènement (CC).

Chaque conférence donne lieu à un compte rendu, réalisé par un groupe d'étudiants d'une spécialité (CC).

Un partiel est également prévu : un QCM, questions à réponses courtes (2h).

## MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
<b>Anglais LV2</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>SGEL</b>
	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>SGEL</b>

Les cours de Langue (Anglais + LV2) sont organisés en collaboration avec le Service de Langues de Paris 1 (SGEL).

Ils sont organisés en niveaux de langue :

Niveau 1 (A1) Débutant première année exclusivement

Niveau 2 (A2) Débutant deuxième année et faux débutants

Niveau 3 (B1) Remédiation/consolidation

Niveau 4 (B2) Perfectionnement

Niveau 5 (C1) Perfectionnement et/ou langue appliquée

Niveau 6 (C2) Perfectionnement et/ou langue appliquée

### MODALITE D'EVALUATION

CC pour les niveaux N1 à N3. A partir de N4 : choix possible entre le contrôle continu (fréquentation du TD) et l'examen terminal (ET)

<b>UE n° 2 : Préservation et médiation du patrimoine</b>	<b>90</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>10</b>	
--	-----------	-----------	-----------	-----------	--

<b>Le patrimoine culturel : approches théoriques et pratiques</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>1,5</b>	<b>Aurélié CONDEVAUX + Francesca COMINELLI</b>

### OBJECTIF DU COURS

Ce cours examinera les relations entre patrimoine et tourisme dans leur ambivalence, à travers leurs contradictions mais aussi relations vertueuses. A cet égard, nous examinerons comment le discours de l'urgence, du danger du tourisme et de la surfréquentation a longtemps irradié l'approche patrimoniale, notamment au niveau international. Nous verrons alors comment cette idée de la surfréquentation a laissé place progressivement à une vision différente, basée sur la promotion d'un tourisme vertueux et une gouvernance et gestion élargie du fait touristique. Ensuite nous examinerons la façon dont le tourisme est perçu au contraire comme adjuvant de la sauvegarde patrimoniale, à travers les registres économiques et éthiques, en considérant notamment les diverses formes d'engagement touristique. Nous examinerons alors les mutations récentes du tourisme et ses conséquences sur la valorisation et sauvegarde patrimoniale (AirBnB, promotion de la rencontre avec l'autre, etc).

### LECTURES CONSEILLEES

Cravatte, 2009, L'anthropologie du tourisme et l'authenticité, catégorie analytique ou catégorie indigène ?, Cahiers d'études africaines, 193-194 (sur Cairn)

Deprest, F., 1997. Enquête sur le tourisme de masse : l'écologie face au territoire, Paris: Belin.

Urbain, J.-D., 2002. L'idiote du voyage : histoires de touristes [2e éd.], Paris: Petite Bibliothèque Payot.

Actes de la recherche en sciences sociales numéro 170, décembre 2007, Nouvelles frontières du tourisme (notamment les articles de C. Giraud, N. Chabloz, X. Zunigo) (sur Cairn)

### MODALITE D'EVALUATION

Contrôle écrit terminal (2h)

<b>Médiation culturelle et tourisme</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>Michèle PROTOYERIDES</b>

### **OBJECTIF DU COURS**

La médiation culturelle est devenue l'un des recours privilégiés pour créer et/ou multiplier les conditions d'une rencontre entre publics et lieux culturels. Mais que recouvre exactement cette notion ? A partir d'exemples significatifs, l'on s'interrogera sur les enjeux et les techniques des médiations culturelles.

### **LECTURES CONSEILLEES**

Caillet Elisabeth avec la collaboration d'Evelyne Lehalle, A l'approche du musée, la médiation culturelle, Lyon, P.U.L, 1995

Chaumier Serge, Mairesse François, La médiation culturelle, Armand Colin, 2013

### **MODALITE D'EVALUATION**

Contrôle écrit terminal (2h)

<b>Préservation des sites culturels : principes généraux et études de cas</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>Christine MENGIN</b>

### **OBJECTIFS DU COURS :**

L'enseignement a pour objectif d'étudier la dynamique et les effets de la patrimonialisation du bâti : il examinera les interactions entre connaissance historique et scientifique d'un lieu, définition des objectifs et des méthodes de restauration architecturale, perception par les habitants et usages par les visiteurs, mise en tourisme et gestion du site, pour s'interroger sur la façon dont se construit ce que, in fine, on conserve et valorise d'un patrimoine architectural ou urbain.

### **PROGRAMME DU COURS :**

Il abordera notamment l'évolution des notions de monument historique et de patrimoine urbain, le rôle de différents acteurs (architectes du patrimoine, Commission nationale des monuments historiques, réseau des Sites & cités remarquables...) et mènera l'enquête sur différents exemples (une cathédrale, un château, un édifice de Le Corbusier et la ville de Bordeaux). En contrepoint sera abordé l'exemple des cités d'habitation berlinoises.

## LECTURES CONSEILLÉES :

BERCÉ F., 2000, Des monuments historiques au patrimoine, du XVIIIe siècle à nos jours ou « les égarements du cœur et de l'esprit, Paris, Flammarion

DEVERNOIS N., 2014, Gestion du patrimoine urbain et revitalisation des quartiers anciens : l'éclairage de l'expérience française, Paris, AFD, collection « À savoir », n° 13, 2014 (téléchargeable sur le site de l'AFD) ;

## MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

Multimédia, nouvelles technologies et patrimoine	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10	5	5	1,5	Lorenzo CANTONI

## OBJECTIF DU COURS

*Savoir:* les apprenants comprendront le rôle joué par les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et les nouveaux médias dans le tourisme – à la fois l'expérience du tourisme et l'industrie du tourisme et de l'hospitalité. En particulier, ils vont comprendre comment les TIC peuvent aider à communiquer le patrimoine, et à promouvoir le tourisme durable.

*Savoir-faire:* les apprenants seront en mesure d'analyser la communication en ligne du patrimoine, et de l'évaluer. Ils seront également en mesure de l'améliorer et de concevoir des activités de promotion.

*Savoir-être:* les apprenants seront conscients de la contribution apportée par les TIC pour la communication et la gestion du patrimoine.

## PROGRAMME DU COURS

Le modèle de communication en ligne (OCM : Online Communication Model), eTourisme, qualité de la communication, ABCDE framework: Access, Better, Connect, Dis-intermediate and Educate. Communication en ligne interculturel. Études de cas. Le cours sera en partie en français et en partie en anglais.

## LECTURES CONSEILLÉES

Dans le cadre du cours, les apprenants devraient assister aux MOOC «eTourism: Communication Perspectives» ([www.eTourismMOOC.ch](http://www.eTourismMOOC.ch)). Ils ont à faire toutes les lectures / activités demandées.

Cantoni, L. (2020). "Digital transformation, tourism and cultural heritage". In *A Research Agenda for Heritage Tourism*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. doi: <https://doi.org/10.4337/9781789903522.00025>.

## MODALITÉ D'ÉVALUATION

### CONTROLE CONTINU

Un examen final sera effectué, sous la forme d'un essai écrit.

<b>Les outils de la protection du patrimoine naturel et culturel</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>15</b>	<b>7,5</b>	<b>7,5</b>	<b>1,5</b>	<b>Noé WAGENER</b>

### OBJECTIFS DU COURS

Le cours vise à conférer une vision d'ensemble, à la fois théorique et pratique, des multiples dispositifs juridiques de protection du patrimoine naturel et culturel : « monuments historiques », « sites patrimoniaux remarquables », « domaines nationaux », « sites naturels », « trésors nationaux », « musées de France », ... L'objectif est de parvenir à une maîtrise technique minimale, de la part des étudiants, des différents codes applicables (code du patrimoine, code de l'environnement, code de l'urbanisme, code général de la propriété des personnes publiques, ...). Une attention particulière sera portée aux réformes très récentes du Code du patrimoine (loi du 7 juillet 2016 relative à la liberté de création, à l'architecture et au patrimoine, et les ordonnances et textes réglementaires qui l'ont suivie).

### PLAN DU COURS

- I.- Sources du droit du patrimoine culturel et naturel
- II.- Techniques du droit du patrimoine culturel et naturel
- III.- Perspectives du droit du patrimoine culturel et naturel

### LECTURES CONSEILLEES

CORNU M. et NEGRI V., Code du patrimoine commenté, Paris, Dalloz, 2017  
 CORNU M. et MALLET-POUJOL N., Droit, œuvres d'art et musées, Paris, CNRS, 2006.  
 PELLAS J.-R., Droit de la culture, Paris, LGDJ, 2015  
 PLANCHET P., Droit de l'urbanisme et protection du patrimoine, Paris, Le Moniteur, 2009  
 TOUZEAU-MOUFLARD L. et VERJAT A., La protection des monuments historiques. Le patrimoine immobilier, Dalloz, 2015.

### MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal (2h)

<b>Evénements et animation des territoires</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>15</b>	<b>7,5</b>	<b>7,5</b>	<b>1,5</b>	<b>Meryl JOLY</b>

### OBJECTIFS DU COURS

L'animation est devenue omniprésente dans la valorisation et mise en tourisme : fêtes, nocturnes, festivals, événements, etc., et constitue un outil de communication, de diversification des publics, mais aussi de réaménagement et transformation des sites et territoires.

Le cours vise donc à caractériser les différents types d'animation (des festivals aux grands événements), comprendre les effets de l'animation et de l'événementiel sur un territoire, analyser ses impacts multidimensionnels, intégrer les études des publics dans l'analyse d'un festival, et

appréhender les modalités de mise en œuvre d'une animation de site ou territoire (montage, programmation, financement).

Ce cours trouve une application pratique dans son articulation à un événementiel de valorisation du patrimoine des cités-jardins d'Ile-de-France (le Printemps des Cités-jardins), à travers des travaux par groupes constituant l'évaluation du cours.

## PLAN DU COURS

1. L'animation, perspective généralisée sur les sites et territoires
2. Les événements urbains, catalyseurs des mutations territoires
3. Les festivals et la valorisation des sites et territoires
4. Analyse des retombées et études des publics

## LECTURES CONSEILLEES

Culture & Musées. N°5, 2005. Du musée au parc d'attractions : ambivalence des formes de l'exposition (sous la direction de Serge Chaumier).

Ethis Emmanuel, Fabiani Jean-Louis, Malinas Damien, 2008, Avignon ou le public participant, une sociologie du spectateur réinventé, Champs théâtral, 231 p.

Mooney, G., 2004. Cultural policy as urban transformation; critical reflections on Glasgow, European city of culture 1990. Local Economy, 19, p.327-340.

Négrier Emmanuel, Djakouane Aurélien, Jourda Marcel, 2010, Les publics des festivals, éd. De Maule, 282 p.

## MODALITE D'EVALUATION

CC (Dossier) Contrôle continu

<b>UE n° 3 : Patrimoine et Tourisme. Acteurs, approches et réseaux</b>					<b>10</b>	
--	--	--	--	--	-----------	--

<b>Modes de gestion publique et privée du patrimoine</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>HETD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>1,5</b>	<b>Jean-Michel TOBELEM</b>

## OBJECTIF DU COURS

Le cours présente les différentes modalités de gestion des sites patrimoniaux (musées, monuments, demeures privées, centres d'interprétation, centres d'art, centre de culture scientifique et technique, festivals...), en en faisant apparaître les avantages et les inconvénients.

## PLAN DU COURS

La diversité des modes de gestion ; L'importance relative du statut par rapport au projet ; La gestion directe ; La gestion autonome ; La gestion déléguée ; La gestion privée

## LECTURES CONSEILLEES

« Décentralisation : les nouveaux espaces du patrimoine », 2004, dossier de la revue Pouvoirs Locaux coordonné par J.-M. Ohnet, P. Poncet, F. Thuriot et J.-M. Tobelem, avec la participation de M. Gravari-Barbas, n° 63, IV/2004.

Allinne, Jean-Pierre et Carrier, Renaud (dir.), 2006, Gérer la culture en région. Les pratiques des collectivités territoriales en France, L'Harmattan, Paris.

Chatelain, Stéphanie, 1998, Le contrôle de gestion dans les musées, Economica, Paris.

Musées, gérer autrement. Un regard international, 1996, dir J.-M. Tobelem, Observatoire des politiques culturelles, La Documentation française, Paris.

Tobelem, Jean-Michel, 2010 (2ème édition), Le nouvel âge des musées. Les institutions culturelles au défi de la gestion, Armand Colin, Paris.

## MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal (2h)

Les acteurs et les métiers du patrimoine	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10	5	5	1	Jean-Michel TOBELEM

## OBJECTIF DU COURS

Le cours analyse l'importance de la question des ressources humaines dans le développement des sites patrimoniaux ; il présente les différents métiers et acteurs du patrimoine.

## PLAN DU COURS

La gestion des ressources humaines ; Le recrutement et la formation ; Spécialisation vs. Polyvalence ; Délégation et transversalité ; Le conservateur ; L'administrateur ; Les médiateurs ; Les gestionnaires ; Les autres professions ; Le chef d'établissement ; La question du leadership ; Le bénévolat ; Les RH, un levier pour le développement des sites

## BIBLIOGRAPHIE

Davallon, Jean, 1999, « Réflexions sur l'évolution actuelle des musées et ses conséquences sur les professions », Musées et collections publiques de France, n° 221-222, décembre 1998-mars 1999.

De Bary, Marie-Odile et Tobelem, Jean-Michel (dir.), 1998, Manuel de muséographie. Petit guide à l'usage des responsables de musée, Ed. Atlantica-Séguier, Paris.

Musées, gérer autrement. Un regard international, 1996, dir J.-M. Tobelem, Observatoire des politiques culturelles, La Documentation française, Paris.

Tobelem, Jean-Michel, 2010 (2ème édition), Le nouvel âge des musées. Les institutions culturelles au défi de la gestion, Armand Colin, Paris.

## MODALITE D'EVALUATION

(CC) Rédaction d'une « fiche métier », selon les indications fournies en cours.

	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
<b>Marketing et filières du tourisme culturel</b>	<b>15</b>	<b>7,5</b>	<b>7,5</b>	<b>1,5</b>	<b>Francesca Cominelli (9h) + Isabelle Coornaert (6h)</b>

## OBJECTIFS DU COURS

L'objectif du cours est d'approfondir les pratiques du marketing développées dans le domaine des arts et de la culture et en lien avec le tourisme. Ces pratiques seront analysées en prenant en compte leur évolution au fil du temps, les interrelations de plus en plus complexes qui s'instaurent entre les différents acteurs du tourisme, de la culture et les visiteurs et les enjeux de l'innovation. Dans un premier temps, la configuration des filières du tourisme culturel sera étudiée afin de mettre en évidence les processus de création, les acteurs, les composantes de l'offre et en particulier l'ensemble de services qui peuvent être proposés lors de la visite d'une destination touristique et de visites culturelles. Le cours abordera ensuite l'enjeu expérientiel du parcours visiteur avant, pendant et après la visite. La déclinaison du parcours visiteur sera traitée en mettant en évidence la question de l'innovation dans la visite des lieux culturels et touristiques, les problématiques de confort de visite et le management des équipes et des acteurs concernés.

## LECTURES CONSEILLEES

Colbert F. (2002, 2e éd.), Le marketing des arts et de la culture, Boucherville, Gaëtan Morin Editeur.

Lozato J.P., Balfet M. (2014), Management du tourisme. Territoires et systèmes de production et stratégies, Pearson Education.

Origet du Cluzeau C. (2007), Le tourisme culturel, Poche.

URBAIN, J-D. - Le voyage était presque parfait. Essai sur les voyages ratés. - Paris : Payot, 2008.

## MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal

<b>Méthodologie du mémoire</b>	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>2,5</b>	<b>Céline TASTET</b>

Ce cours prolonge celui du premier semestre. Il accompagne la formulation de la problématique et des hypothèses ainsi que la mise en œuvre de méthodes appropriées. Il aborde de façon plus approfondie les différents outils et techniques de recherche.

## MODALITE D'EVALUATION

(CC) Evaluation du 2e rendu du mémoire



<b>Atelier de terrain</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>2,5</b>	<b>Alix BOIROT</b>

Ce cours s'inscrit dans la continuité de l'atelier de terrain du premier semestre

#### MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

Dossier et présentation orale

<b>Techniques de recherche d'emploi</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>Joël PERRUCHIONE</b>

#### OBJECTIFS DU COURS

Les formations de master proposées dans le cadre de l'IREST ont pour objectif de conduire les étudiants vers les métiers du tourisme. Ce cours a pour objectif d'aider les étudiants à construire leur projet professionnel et à mieux appréhender la recherche de stage et d'emploi, en travaillant leur CV, la lettre de motivation et l'entretien. Le cours s'appuiera sur des mises en situation, de discussions en commun sur les productions de chacun, ainsi que de discussions avec des professionnels du secteur touristique.

#### MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

Exercice de candidature (écrit et oral) + dossier de projet professionnel.

<b>UE n° 4 : Stage</b>				<b>1,5</b>	
------------------------	--	--	--	------------	--

<b>STAGE</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1,5</b>	<b>L'équipe des enseignants</b>

## SEMESTRE 3 (M2)

<b>UE n° 1 : Conduite de projets culturels et patrimoniaux</b>	<b>105</b>	<b>57,5</b>	<b>47,5</b>	<b>9</b>	
--	------------	-------------	-------------	----------	--

	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
<b>Gestion de la qualité dans les organisations touristiques</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>Patrick EVENO (9h) et Jean-Michel TOBELEM (6h)</b>

## **OBJECTIFS DU COURS**

L'enseignement introduit une discussion autour des antécédents et des conséquences de la qualité dans les organisations du tourisme (hôtels, destinations, institutions...). Le cours présente la gestion de la qualité totale (TQM) en particulier sous les aspects organisationnels (Wruck & Jensen, 1994). La seconde partie aborde la perception de la qualité, par les consommateurs de services touristiques. Les participants doivent être capables d'utiliser des outils comme SERVQUAL, développés par Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) ou Six Sigma.

### **Contenu :**

1. **PARTIE 1 : LES ANTECEDENTS DE LA QUALITE**
  - a. L'architecture organisationnelle et la théorie de l'Agence
  - b. La connaissance spécifique et la gestion de la qualité totale (TQM)
  - c. TQM et architecture organisationnelle
2. **PARTIE 2 : LES CONSEQUENCES DE LA QUALITE**
  - a. Les perceptions de qualité et de valeur par les touristes
  - b. Les échelles de mesures de la qualité de services dans le tourisme
  - c. Les conséquences comportementales de la qualité
  - d. La gestion des plaintes des clients
  - e.

### **Partie de M. Tobelem :**

Le cours examine la question de la qualité à trois échelle : macro (la destination France, éclairée par des exemples étrangers), meso (le territoire ou la ville) et micro (hôtel, boutique, office de tourisme, lieu culturel, etc.). Il s'efforce de préciser les déterminants de la qualité, d'examiner les mesures prises pour améliorer les performances dans ce domaine et de définir les contours d'un accueil "à la française".

### **LECTURES CONSEILLEES**

Boo, S., Busser, J. and Baloglu, S. (2009) "A model of customer-based brand equity and its application to multiple destinations", *Tourism Management*, vol. 30, 219-231.

Tax, S., Brow, S.W. and Chandrashekar, M. (1998) "Customer Evaluations of Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing", Journal of Marketing, vol. 62, (April), 60-76.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L. (1990) Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations, New York: Free Press ; London : Collier Macmillan.

Wruck, K.H. and Jensen, M.C. (1994) "Science, Specific Knowledge, and Total Quality Management", Journal of Accounting and Economics, vol. 18, 247-87.

### **MODALITE D'EVALUATION**

Contrôle écrit terminal (1h30)

<b>Conception et montage de projets culturels</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>2,5</b>	<b>Jean-Michel BLANC</b>

**LANGUE** : français

### **OBJECTIFS DU COURS**

L'enseignement vise à faire découvrir des concepts et des outils simples afin de comprendre et maîtriser les étapes du montage et la recherche de financement de projets touristiques, en portant une attention particulière sur les rôles des acteurs clés (porteurs de projets/partenaires financiers) selon leurs profils (acteurs publiques/acteurs privés). Le cours vise à sensibiliser les étudiants sur les motivations et objectifs de chaque famille d'acteur, éléments majeurs pour faire émerger un projet touristique dont la recherche de partenaire financier devra intégrer à chaque étape, quelques notions clés exposées et illustrées.

### **LECTURES CONSEILLEES**

Jean-Luc Michaud, Guy Barrey : Acteurs et institutions du tourisme (De Boeck) novembre 2012 ; Montage de projets touristiques - Les clés d'une bonne conduite de projet - décembre 2010 (Atout France, Caisse des dépôts et consignations).

Financement de l'investissement touristique - Auvergne Rhône Alpes - mai 2016

### **MODALITE D'EVALUATION**

Contrôle continu

Jeu de rôle. L'évaluation individuelle lors des restitutions (individuelles ou en groupes) porte sur : La pertinence des recherches et interventions individuelles dans la présentation du dossier (individuel ou collectif) ; La capacité individuelle à intégrer dans la démarche les apports du cours ; La bonne interaction dans le jeu d'acteurs lors de la phase de dialogue questions/réponses ; Les arguments présentés pour justifier la décision finale dans le cadre du jeu de rôle.

Stratégie de développement et financement des institutions culturelles	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	30	15	15	2,5	Jean-Michel TOBELEM

## OBJECTIF DU COURS

Comme toute autre organisation, y compris sans but lucratif, les sites culturels doivent être gérés ; cela dans le respect de leurs missions et en tenant compte des politiques publiques, culturelles et autres, et des normes éthiques en vigueur, en France et en Europe. Une application raisonnée des techniques de management peut donc être envisagée (réflexion stratégique, politique marketing, démarche qualité, contrôle...), dans un contexte de contraction des dépenses publiques et de développement de l'offre concurrentielle. Le choix d'un statut juridique a une importance notable à cet égard. Le cours s'attachera par ailleurs à préciser les conditions actuelles et les possibilités d'évolution du financement des sites culturels : tarification, autres ressources propres, gestion de la relation avec les visiteurs, mécénat et parrainage, fonds de dotation, philanthropie, crowdfunding.

## PLAN DU COURS

Les enjeux de la politique culturelle en France et en Europe ; Le financement des musées et du patrimoine ; La politique tarifaire ; Les ressources propres (boutique, cafétéria, location d'espace, autres ressources) ; Le mécénat et le parrainage ; La philanthropie ; Fondations et fonds de dotation ; Le crowdfunding ; La collecte de fonds ; Le marketing des sites culturels ; Comparaisons internationales.

## BIBLIOGRAPHIE

- Barrère, Christian, Barthélemy, Denis, Nieddu, Martino et Vivien, Franck-Dominique (dir.), 2004, Réinventer le patrimoine. De la culture à l'économie, une nouvelle pensée du patrimoine ? L'Harmattan, Paris.
- Bayart, Denis et Benghozi, Pierre-Jean, 1993, Le tournant commercial des musées en France et à l'étranger, La Documentation française.
- Benhamou, Françoise, 2012, Économie du patrimoine culturel, La découverte, Paris.
- Colbert, François & Martin, Dan J. (ed.), 2008, Marketing Planning for Culture and the Arts, HEC Montreal.
- Farchy, Joëlle et Sagot-Duvaurox, Dominique, 1994, Économie des politiques culturelles, PUF, Paris.
- Grefte, Xavier, 2003, La valorisation économique du patrimoine, La Documentation française, Paris.
- La culture mise à prix. La tarification dans les sites culturels (dir. J.-M. Tobelem), 2005, L'Harmattan, Paris.
- Le(s) public(s) de la culture, 2003, sous la direction de Olivier Donnat, Paul Tolila, Presses de Sciences Po.
- Museum Management and Marketing, 2007, ed. by Richard Sandell & Robert R. Janes, Leicester Readers in Museum Studies, Routledge.

Nielsen, Karen, 2007, Le mécénat mode d'emploi, Economica.

Patin, Valéry, 2005, Tourisme et patrimoine, La Documentation française, Paris.

Rentschler, Ruth & Hede, Anne-Marie, 2007, Museum Marketing. Competing in the Global Marketplace, Butterworth-Heinemann.

Rouet, François (dir.), 2002, Les tarifs de la culture, La Documentation française, Paris.

Thuriot, Fabrice (2015), "Governance in Cultural Organizations in a Creative City: Reims, France", Biljana Mickov and James E. Doyle, dir., The Creative City. Vision and Execution, Gower Publishing Ltd, UK, p. 83-93.

Thuriot, Fabrice (2013), "Museums and Globalisation", in Biljana Mickov and James Doyle, dir., Sustainable Cultural Development. Unified Systems and New Governance in Cultural Life, Gower Publishing Ltd, UK, p. 137-140.

Tobelem Jean-Michel, 2014, Les bulles de Bilbao. Les mutations des musées depuis Frank Gehry (avec les contributions de Luis Miguel Lus Arana et Joan Ockman), éditions B2.

Tobelem, Jean-Michel, 2017, La gestion des institutions culturelles. Musées, patrimoine, centres d'art, Armand Colin, Paris.

Wallace, Margot A., 2006, Museum Branding, Altamira.

### MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal

Rédaction d'un dossier portant sur une institution culturelle, selon les indications fournies en cours.

### LANGUE

anglais

<b>Stratégies territoriales et sites patrimoniaux</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>15</b>	<b>7,5</b>	<b>7,5</b>	<b>1</b>	<b>Linda Boukhris</b>

### OBJECTIFS DU COURS

La notion de stratégie est devenue un mot-clef, voire un mot-valise, de la planification territoriale et du développement des sites. Quels sont néanmoins les outils et enjeux de construction d'une stratégie touristique et patrimoniale, et quels rapports entre stratégies de sites et stratégies de territoires ?

Après une présentation de la notion et des outils développés pour la construction de stratégies territorialisées, le cours présente la façon dont les territoires formulent des stratégies touristiques et patrimoniales, au service du développement local et de la construction de destinations touristiques.

Ensuite seront présentées les diverses façons d'articuler sites et territoires au service du développement local, par le prisme des différents modèles d'économie territoriale. Enfin seront envisagées à l'échelle des sites les stratégies de développement par la diversification des services, et l'apport au développement territorial.

### LECTURES CONSEILLEES

Baron, É., Ferrier-Barbut, M. & Observatoire des politiques culturelles (France), 2003. Mode de gestion des équipements culturels : le choix d'une structure juridique au service d'un projet territorial, Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.

Grefte Xavier, 2003, La valorisation économique du patrimoine, La documentation française, Paris, 384 p.

### MODALITE D'EVALUATION

Contrôle Continu

<b>Communication des institutions culturelles et patrimoniales</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>Mathilde Mignon</b>

### OBJECTIF DU COURS

Les métiers de la communication ont désormais une place considérable au sein des institutions culturelles et patrimoniales.

Outil stratégique, la communication porte les actions de l'établissement et accompagne la direction dans son objectif : faire connaître le musée, le monument, le site archéologique ou encore le festival au plus grand nombre.

A partir d'exemples concrets et de témoignages (musée national de la Marine, musée de la Vie Romantique, CMN, etc), ce cours présentera les actions menées au sein des services communication des musées et autres établissements culturels : relations presse, publicité, partenariats, événementiel, développement des publics, communication digitale... Au-delà des connaissances nécessaires à la mise en place de campagne de communication, les étudiants seront amenés à développer des compétences telles que la négociation media, la coordination des partenaires et prestataires ou encore le reporting social media d'un événement.

### PROGRAMME

Enjeux et contraintes de la communication pour les institutions culturelles et patrimoniales

Les missions et métiers d'un service communication dans un musée

Exemples de campagnes au sein d'autres typologies d'institutions culturelles et patrimoniales

Le plan de communication : les étapes clés pour monter une stratégie de communication adaptée au secteur culturel

Communication digitale et marketing d'influence

### MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

## LANGUE

Français

	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
<b>Interprétation du patrimoine et nouvelles technologies</b>	<b>15</b>	<b>7,5</b>	<b>7,5</b>	<b>1</b>	<b>Géraldine GAUVIN (10h) et Annabelle Lauvray (5h)</b>

## PLAN DU COURS

1. Présentation générale des interventions et planning des cours  
Définition de l'interprétation à travers les outils de médiation numérique nomades  
Présentation d'une société / historique et mode de fonctionnement/ rôle du service de production  
Etat du marché : concurrence/ internationalisation/métiers  
Les formes de prestation et les maîtres d'ouvrages : publics (Musées, sites, villes, collectivités territoriales...) et privés

2. Présentation des outils de médiation numérique nomades : audioguides, casques, casques en RA, stylos numériques, vidéoguides, APPLIs avec géolocalisation GPS, systèmes intégrés (IR, Beacon, 3D, réalité augmentée...) et adaptation en fonction des sites.  
Présentation d'un exemple d'exploitation avec chaque outil  
La production d'un parcours : Méthodologie-budgets-contrats-métiers-plannings  
Présentation d'exemples et fac-similés.

3. Présentation des outils de médiation numériques « in situ » : bref historique et panorama

L'interprétation spécifique aux outils de médiation numériques : les particularités de la rédaction et de la traduction, les différents publics (identification et besoins, publics spécifiques), les droits attachés (texte, images, environnement sonore...)

Les formes de marchés :

- . Marchés publics : cahiers des charges, définition et structure des réponses (exemple et contre-exemple, aspects financiers et législatifs), suivi de l'exécution du marché
- . Marchés privés : les tours opérateurs, les offices de tourisme / particularités

Le pilotage d'un projet de refonte de parcours de visite intégrant des outils de médiation numériques :

- . Les grandes étapes et acteurs en présence
- . Les instruments de pilotage

4. Visite d'un site avec les étudiants / Analyse critique et propositions d'amélioration

5. L'expérience de la médiation numérique dans le patrimoine historique :
- Les problématiques liées au développement de la médiation numérique
  - Exemples de questions posées par l'implantation de la médiation numérique dans les monuments historiques
  - Cas pratique

### MODALITE D'EVALUATION

Contrôle Continu

<b>UE n° 2 / Patrimoine mondial et tourisme</b>						
---	--	--	--	--	--	--

- **Ce module est présenté de façon détaillée dans un document spécifique -**

<b>UE n° 2 : Patrimoine mondial et tourisme</b>	<b>110</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>12</b>	
	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
<b>Analyse et valorisation du PM matériel et immatériel</b>	20	10	10	2	Sébastien JACQUOT (15h) et Aurélie CONDEVAUX (5h)
<b>Gouvernance et mise en tourisme des sites du PM</b>	35	17,5	17,5	4	Céline TASTET (10h), Amilcar VARGAS (9h), Monique BASILE (9h) et journée UNESCO (7h)
<b>Préservation, Gestion et mise en valeur des Grands sites de France</b>	20	10	10	2	Anne VOURC'H
<b>Economie du patrimoine culturel</b>	20	15	5	2	Francesca COMINELLI

<b>UE n° 3 : Outils et méthodes</b>	<b>60</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	<b>9</b>	
-------------------------------------	-----------	----------	-----------	----------	--

	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
<b>Méthodologie de la recherche</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>Aurélie CONDEVAUX</b>

### OBJECTIFS DU COURS

Ce cours s'inscrit dans le prolongement des cours de méthodologie de la première année du Master. Il accompagne de façon systématique la rédaction du mémoire de recherche. Il se situe à un moment où les étudiants ont fait leur premier terrain et où il s'agit d'une part d'exploiter les



données recueillies et, d'autre part, de revenir de façon critique sur la méthodologie mise en œuvre.

### MODALITE D'EVALUATION

(CC). Evaluation du 2e rendu de mémoire

<b>Atelier de Terrain</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>Agnès BASTIN</b>

### OBJECTIF DU COURS

Les ateliers de mise en situation sur le terrain constituent un travail en réponse à une commande par un organisme public ou privé, mettant les étudiants en situation d'études, d'analyse et de propositions, avec un certain degré d'autonomie. Cette commande fait l'objet d'une convention entre l'organisme commanditaire et l'IREST, détaillant un calendrier, des objectifs, des engagements.

Pour l'année 2018-2019 les étudiants seront engagés sur plusieurs projets distincts.

Ce cours offrira des outils méthodologiques destinés à l'analyse et la gestion de projet et à la réflexion collective ainsi qu'un accompagnement par des professionnels de l'événement. Une attention particulière sera portée à l'acquisition de méthodes de communication dans le milieu professionnel.

Ce cours demande un travail régulier et conséquent. Des présentations et rapports d'avancement seront demandés après chaque séance pour préparer la restitution finale devant le jury de commanditaires. En parallèle un rapport de 40 pages sera demandé à la fin du semestre

### MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu (rendus intermédiaires, rendu final, et présentation orale devant les acteurs concernés)

<b>Anglais LV2</b>	<b>HEURES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>
	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>SGEL</b>
	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>SGEL</b>

Les cours de Langue (Anglais + LV2) sont organisés en collaboration avec le Service de Langues de Paris 1 (SGEL).

Ils sont organisés en niveaux de langue :

Niveau 1 (A1) Débutant première année exclusivement

Niveau 2 (A2) Débutant deuxième année et faux débutants

Niveau 3 (B1) Remédiation/consolidation

Niveau 4 (B2) Perfectionnement

Niveau 5 (C1) Perfectionnement et/ou langue appliquée

Niveau 6 (C2) Perfectionnement et/ou langue appliquée

## MODALITE D'EVALUATION

CC pour les niveaux N1 à N3. A partir de N4 : choix possible entre le contrôle continu (fréquentation du TD) et l'examen terminal (ET)

## TABLEAU RECAPITULATIF DES MODALITES DE CONTROLE

SEMESTRE 1	NB HEURES	ECTS	ENSEIGNANT(E)	MC
<b>UE n° 1 : Les concepts fondamentaux du tourisme</b>	<b>120</b>	<b>12</b>		
Gestion des entreprises (TC)	25	2	ROUGES et CORBIN-OCCELLI	CT (1h30)
Les concepts économiques fondamentaux (TC)	20	2	RIZZO	CT (1h30)
Les fondements du marketing touristique (TC)	20	2	CORBIN-OCCELLI	CT (1h30)
Droit et tourisme(TC)	15	1,5	JEGOUZO	CT (1h30)
Géographie du tourisme (TC)	25	2,5	GRAVARI-BARBAS	CT (2h)
Socio-anthropologie du tourisme (15h) (TC)	15	2	CONDEVAUX	CT (2h)
<b>UE n°2 : Outils et méthodes</b>	<b>70</b>	<b>11</b>		
Anglais	18	2	SGEL	CC
LV2	18	2	SGEL	CC
Atelier de terrain GVTP	15	3	ARSLAN	CC
Méthodologie de la recherche GVTP	10	2	CONDEVAUX	CC
Conférences de Spécialistes	2,25	2	Coord. BASTIN	CC
<b>UE n° 3 : Les systèmes du tourisme et du patrimoine</b>	<b>60</b>	<b>7</b>		
Gouvernance des territoires dans le cadre du dév. Durable (TC)	20	2	CORNU	CT (2h)
Tourisme (é)TIC (TC)	10	1,5	KADDOURI	CT
Outils et méthodes d'observation du tourisme (TC)	10	1,5	BLANC	CT (1h30)
Patrimoine culturel, patrimoine naturel : quels enjeux aujourd'hui ? (TC)	20	2	GRAVARI-BARBAS	CT (2h)
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>30</b>		
SEMESTRE 2	NB HEURES	ECTS	ENSEIGNANT(E)	MC
<b>UE n° 1 : Fondamentaux du tourisme</b>	<b>90</b>	<b>10</b>		
Les marchés du tourisme (TC)	15	1,5	THOMAS	CT (1h30)
La mise en tourisme des sites (TC) (15h)	7,5	1,5	CORBIN-OCCELLI +TOBELEM	CT (1h30)
Conférences de Spécialistes (TC) (9h total)	2,25	1,5	Coord. BASTIN	CC
Anglais	18	2	SGEL	CC
LV2 de Spécialité	18	2	SGEL	CC
<b>UE n° 2 : Préservation et médiation du patrimoine</b>	<b>90</b>	<b>10</b>		
Le patrimoine culturel : approches théoriques et pratiques	10	1,5	ARSLAN	CT (2h)
Médiation culturelle et tourisme	20	2	PROTOYERIDES	CT (2h)
Préservation des sites culturels : principes généraux et études de cas	20	2	MENGIN	CC
Multimédia, nouvelles technologies et patrimoine	10	1,5	CANTONI	CC

Les outils de la protection du patrimoine naturel et culturel	15	1,5	WAGENER	CT (2h)
Evénements et animation des territoires (Mut DATT)	15	1,5	JOLY	CC
<b>UE n° 3 : Patrimoine et tourisme. Acteurs, approches et réseaux</b>	<b>70</b>	<b>10</b>		
Modes de gestion publique et privée du patrimoine	10	1,5	TOBELEM	CT (2h)
Les acteurs et les métiers du patrimoine	10	1	TOBELEM	CC
Marketing et filières du tourisme culturel	15	1,5	COMINELLI + EXTERIEUR	CT
Méthodologie du mémoire	10	2,5	CONDEVAUX	CC
Atelier de terrain	15	2,5	RICAUD	CC
Techniques de recherche d'emploi	10	1	CONDEVAUX	CC
<b>Stage</b>		0		
<b>TOTAL S2</b>	<b>250</b>	<b>30</b>		
<b>SEMESTRE 3</b>	<b>NB HEURES</b>	<b>ECTS</b>	<b>ENSEIGNANT(E)</b>	<b>MC</b>
<b>UE n° 1 : Conduite de projets culturels et patrimoniaux</b>	<b>105</b>	<b>9</b>		
Gestion de la qualité dans les organisations touristiques	15	1,5	EVENO (9) + TOBELEM (6)	CT (2h)
Conception et montage de projets culturels	25	1,5	BLANC	CC
Stratégie de développement et financement des institutions culturelles (MUT. MIT)	30	2,5	TOBELEM	CT
Stratégies territoriales et sites patrimoniaux	15	1	BOUKHRIS	CC
Communication des institutions culturelles et patrimoniales	15	2	MIGNON	CC
Interprétation du patrimoine et nouvelles technologies	15	1	GAUVIN (10) + LAUVRAY	CC
<b>UE n° 2 : Patrimoine mondial et tourisme</b>	<b>95</b>	<b>10</b>		
Analyse et valorisation du PM matériel et immatériel	20	2	JACQUOT (15) + CONDEVAUX (5)	CT (2h)
Gouvernance et mise en tourisme des sites du PM	35	4	TASTET (10) + VARGAS (9) + BASILE (9) + JOURNEE UNESCO (7h)	CC
Préservation, Gestion et mise en valeur des Grands sites de France	20	2	VOURCH	CC
Economie du patrimoine culturel (MUT EDTI)	20	2	COMINELLI	CT (2h)
<b>UE n° 3 : Outils et méthodes</b>	<b>60</b>	<b>9</b>		
Méthodologie de la recherche	10	2	CONDEVAUX	CC
Atelier de Terrain	14	3	BASTIN	CC
Anglais	18	2	SGEL	CC
LV2	18	2	SGEL	CC
<b>UE n° 4 : Stage</b>		1,5		