



UNIVERSITÉ PARIS 1
PANTHÉON SORBONNE

IREST

Institut de Recherche et d'Études
Supérieures du Tourisme

MENU DES COURS

Master Professionnel 1 et 2

**Gestion des Activités Touristiques &
Hôtelières**

GATH

Responsable pédagogique M1 : Patrick Eveno

Responsable pédagogique M2 : Jean Michel Chapuis

Année universitaire 2023-2024

TABLEAU RECAPITULATIF DES MODALITES DE CONTROLE DES CONNAISSANCES

SEMESTRE 1	NB HEURES	ECTS	ENSEIGNANT(E)	MC
UE n° 1 : Les concepts fondamentaux du tourisme	120	12		
Gestion des entreprises (TC)	25	2	ROUGES	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 (TC)	15	2	CONDEVAUX	CT (2h)
UE n°2 : Outils et méthodes	70 / 76*	11		
Anglais	18	2	DDL	CC
LV2	18	2	DDL	CC
Atelier de terrain	15	3	CHAPUIS (7,5h) + EVENO (7,5h)	CC
Tables-rondes et conférences de l'IREST (TC)	9	2	COORD. JOLY	CC
Méthodologie de la recherche	10	2	EVENO	CC
*Alternance et suivi des compétences (alternants)	6	VAL	Stephenson Formation	VAL
UE n° 3 : Les systèmes du tourisme et du patrimoine	60	7		
Gouvernance des territoires dans le cadre du dév. Durable (TC)	20	2	BOUKHRIS	CT (2h)
Tourisme é(TIC) (TC)	10	1,5	KADDOURI	CT (1h30)
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)
TOTAL	250 / 256	30		

SEMESTRE 2	HEURES	ECTS	ENSEIGNANT(E)	MC
UE n° 1 : Sites et marchés touristiques	75	8,5		
Les marchés du tourisme (TC)	15	1,5	THOMAS	CT (1h30)
La mise en tourisme des sites (TC)	15	1,5	CORBIN-OCCELLI (7,5h) / TOBELEM (7,5h)	CT (1h30)
Tables-rondes et conférences de l'IREST (TC)	9	1,5	COORD. JOLY	CC
Anglais	18	2	DDL	CC
LV2 de Spécialité	18	2	DDL	CC
UE n° 2 : Gestion des établissements	96	10		
Gestion hôtelière	26	2	CHAPUIS	CC
Compétences, Métiers, Tourisme	20	2	En attente	CC
Droit social et entreprise touristique	15	2	JEGOUZO	CC
Marketing hôtelier	15	2	CHAPUIS (7,5h) + EVENO (7,5h)	CC
Tourisme et interculturalité (Mut. EDTI)	20	2	CONDEVAUX	CC
UE n° 3 : Stratégies des firmes du tourisme	85	10		
Stratégies des firmes touristiques : stratégies concurrentielles	25	2	CHAPUIS	CC
Gestion des marques touristiques et hôtelières	25	2	CORBIN-OCCELLI	CC
Méthodologie de la recherche	10	2,5	En attente	CC
Techniques de recherche d'emploi	10	1	CONDEVAUX (7h) + FERRAND (3h)	CC
Atelier de terrain	15	2,5	CHAPUIS (7,5h) / EVENO (7,5h)	CC
UE n° 4 : Stage ou Alternance	0 / 6*	1,5		
Stage (Formation initiale)	0	VAL		VAL
*Alternance et suivi des compétences (alternants)	6	VAL	Stephenson Formation	VAL
TOTAL S2	250 / 256*	30		

SEMESTRE 3	HEURES	ECTS	ENSEIGNANT(E)	MC
UE n° 1 : Gestion de Projets	85	9		
Gestion de la qualité dans les organisations touristiques (TC)	15	2	EVENO (9h) / TOBELEM (6h)	CT (1h30)
Tourisme et développement durable	20	2,5	DUBOSC	CT
Management de l'accueil	15	1	COORNAERT	CT
Plateformes Numérique et hébergement	15	1	EVENO	CC
Conception et montage de projets culturels (MUT. MIT)	20	2,5	TOBELEM (14h) + COMINELLI (6h)	CC
UE n° 2 : Gestion hôtelière avancée	60	8		
Organisation administrative et comptable	15	2	CORBIN-OCCELLI	CT
Revenue Management	15	2	CHAPUIS	CC
Gestion des Ressources Humaines	15	2	KUCHARSKI	CT
Financement des entreprises hôtelières (MUT. MIT)	15	2	CHAPUIS	CT
UE n° 3 : Conduite et suivi de projets touristiques publics	110 / 116*	13		
Gestion des équipements et des sites culturels	15	2	HUBERSON	CC
Intermédiation et e-tourisme (MUT. MIT)	15	1	LION	CC + CT
Management des destinations touristiques	15	1,5	LEONHARDT	CT
Méthodologie de la recherche	15	1,5	EVENO	CC
Atelier de terrain	14	3	CHAPUIS (7h) / EVENO (7h)	CC
Anglais	18	2	DDL	CC
LV2	18	2	DDL	CC
*Alternance et suivi des compétences (alternants)	6	VAL	Stephenson Formation	VAL
TOTAL S3	255 / 261*	30		

SEMESTRE 4	NB HEURES	ECTS	ENSEIGNANT(E)	MC
UE n° 1 : Mémoire		15		
Mémoire		15		CT / Oral
UE n° 2 : Stage ou Alternance	0 / 6*	15		
Stage (Formation initiale)	0	15		CT / Oral
*Alternance et suivi des compétences (alternants)	6	15		CT / Oral

SEMESTRE 1

UE n° 1 : Les concepts fondamentaux du tourisme	120 H d'enseignements	80 H CM	40 h TD	12 ECTS
--	------------------------------	----------------	----------------	----------------

Gestion des entreprises	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	25	17	8	33,5	2	Véronique ROUGES

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 CONSEILLES (Les dates d'édition sont indicatives. Des éditions plus anciennes ou plus récentes peuvent aussi convenir)

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.

MODALITES D'EVALUATION

Contrôle terminal (1h30)

Les concepts économiques fondamentaux	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	20	15	5	27,5	2	Lucas Simone RIZZO

A) OBJECTIFS ET STRUCTURE DU COURS

Le tourisme a pris une importance considérable au cours des dernières décennies, du point de vue tant numérique qu'économique. Le cours vise alors à former la base conceptuelle de l'économie appliquée au tourisme pour mieux comprendre la nature et l'évolution du phénomène.

Le cours sera structuré comme suit:

1. Dans un premier temps, les concepts de tourisme et son évolution seront illustrés de manière critique.

2. Après avoir présenté les tendances du phénomène aux niveaux mondial et européen, la relation entre tourisme et concurrence territoriale sera mise en évidence et examinée. À cette fin, nous visons en particulier les sujets suivants: a) le territoire en tant que destination touristique ; b) les principaux facteurs qui déterminent le tourisme ; c) le cycle de vie d'une destination et les approches alternatives qui peuvent actuellement être poursuivies [en raison de la place centrale prise aujourd'hui par le concept de destination touristique, quelques notes de rappel seront également données sur le DM (destination management) afin de créer un lien avec les autres cours du Master en Tourisme].

3. En adoptant non seulement une perspective macro et microéconomique mais en particulier celle de l'économie de l'entreprise, nous visons également le sujet de la demande touristique. On le fera en abordant en particulier les thèmes suivants: a) les aspects définitoires; b) les caractéristiques et fonctions; c) les dimensions de l'analyse (en se concentrant sur les principales approches pour étudier les flux touristiques, d'une part, et les comportements et les motivations du touriste, de l'autre). L'offre touristique sera ensuite illustrée, en mettant l'accent sur les aspects suivants: a) le changement paradigmatique en cours (du produit / service à l'expérience); b) le produit touristique; c) les entreprises et la filière du tourisme (évalués dans une perspective évolutive).

4. Après avoir illustré le marché touristique (organisation, qualité et différenciation) [un aperçu du sujet], le cours portera sur les impacts du tourisme sur les sociétés et les économies locales (par conséquent, non seulement économiques mais aussi sociaux, culturels et environnementaux).

5. Cela constitue la base pour parler enfin de : l'emploi direct et indirect ; la balance des paiements et les comptes satellites [quelques remarques].

B) LECTURES CONSEILLÉES

- Page S., Tourism management, Routledge, 2019 [chapitres à étudier: 1, 2, 3, 6, 7, 8, 10, 11 (12 - facultatif)]
- Candela G., Figini P., The Economics of Tourism Destinations, Springer, 2012 ed. (15 octobre 2014) [chapitres à étudier : 3 (3.2.1 et 3.5, uniquement), 10 et 11]

C) MODALITÉS D'ÉVALUATION

Examen écrit d'une durée d'une heure 30 [questions ouvertes].

Les fondements du marketing touristique	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	20	15	5	27,5	2	Sidoine CORBIN-OCCELLI

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, "boîte 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 : Introduction
- 2 : la segmentation du marché

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

- 3 : Le positionnement de l'entreprise
- 4 : Les particularités du produit touristique
- 5 : L'accessibilité et la distribution des produits touristiques
- 6 : Les politiques tarifaires
- 7 : Les objectifs de communication

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.

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal (1h30)

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Droit et tourisme	15	12	3	21	1,5	Laurence JEGOUZO

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 – Économie 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 appliqué au secteur touristique

Droit public interne

- 1 : Le droit public du tourisme
- 2 : Les compétences de l'État dans le secteur du tourisme
 - 2.1. Les compétences nationales : La DGE et Atout €
 - 2.2. Les compétences régionales : Les DIRRECTE

Cas pratique

- 3 : Les collectivités territoriales et le tourisme
 - 3.1. La région et le tourisme
 - 3.2. Le département et le Tourisme
 - 3.3. Les communes et le tourisme
 - 3.4. Les enchevêtrements de compétences

Cas pratique

II – Droit privé appliqué au secteur touristique

- 4 : Les acteurs privés et le droit du tourisme
 - 4.1. Les agences de voyage : la réforme de 2009
 - 4.2. Les hôtels et la nouvelle classification

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

4.3 Les Palaces

4.4. Les chambres d'hôtes

Cas pratique

LECTURES CONSEILLES

Jégouzo Laurence, Le droit du tourisme, lextenso 2018

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	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Géographie du tourisme	25	20	5	35	2,5	Maria GRAVARI-BARBAS

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 RECOMMANDEES (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.

Gravari-Barbas M. 2020, « Même pas cent ans ! La géographie du tourisme vue à travers les articles publiés dans le BAGF, 1920-2020 » : BAGF, Centenaire de l'Association de Géographes Français, 97-1/2, p. 108-124.

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

MODALITES D'EVALUATION

Contrôle terminal (2h)

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

Socio-anthropologie du tourisme	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	12	3	21	2	Aurélie CONDEVAUX

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 les pratiques touristiques. Nous verrons 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". Le cours, qui s'appuie sur des exemples concrets et la discussion de textes et d'extraits vidéo, abordera des concepts clefs pour comprendre les dynamiques du champ touristique, selon le plan suivant :

- I. Introduction à la sociologie et à l'anthropologie
- II. Les inégalités dans les pratiques touristiques
- III. Tourisme et travail
- IV. Tourisme et cultures locales
- V. Tourisme, rituel et religion
- VI. La question de l'authenticité

REFERENCES (lectures complémentaires données en cours)

Cousin Saskia et Bertrand Réau, 2009, *Sociologie du tourisme*, Paris : la Découverte.

MacCannell, Dean, 1973, « Staged authenticity : Arrangements of social space in tourist settings », *American Journal of Sociology*, vol.79, n°3 : pp.589-603

Michaud, Jean, 2001, « Anthropologie, tourisme et sociétés locales au fil des textes », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 25, n°2 : pp.15-33.

Urbain, J.-D., 2002, *L'idiot du voyage*, Paris : Plon.

Viard, J., 2006, *Eloge de la Mobilité. Essai sur le capital temps libre et la valeur travail*, Editions de l'Aube

MODALITES D'EVALUATION

Contrôle terminal (2h)

UE n°2 : Outils et méthodes	70 H d'enseignements	9 H CM	61 H TD	11 ECTS
--	---------------------------------	-------------------	--------------------	--------------------

Anglais LV2	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	18	0	18	18	2	DDL
	18	0	18	18	2	DDL

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

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

- 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

MODALITES 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)

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Atelier de terrain	15	0	15	15	3	Jean-Michel CHAPUIS (7,5h) + Patrick EVENO (7,5h)

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.

CONTEXTE DU SUJET DE TRAVAIL

PROGRAMME

MODALITE D'EVALUATION

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

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Tables-rondes et conférences de spécialistes	9	9	0	13,5	2	CONFERENCIERS Coordination : Merryl JOLY

SEMESTRE 1

Le cours est composé de deux parties qui fonctionnent en parallèle au cours des séances. Les étudiants participent soit à l'organisation d'une table ronde soit à la préparation du voyage d'étude. La 1^{ère} est orientée autour de l'organisation de tables rondes sur une thématique en relation avec les formations de l'IREST. Les étudiants, par groupe de 4 ou 5, organiseront eux-mêmes une conférence d'1h30 autour d'un thème réfléchi et validé en amont et constitueront leur panel d'intervenants. 4 tables rondes sont prévues au cours de l'année 2023-2024 (2 au 1^{er} semestre et 2 au 2nd semestre). **Tous les étudiants doivent assister à l'ensemble des tables rondes.**

La 2^{ème} partie est consacrée à la préparation du voyage d'étude tout au long des séances. Un groupe, composé d'une quinzaine d'étudiants, aura la charge de l'organisation du planning général du voyage comprenant les visites et les rencontres avec les acteurs de la destination (Strasbourg pour 2024). Les autres étudiants, par 3 ou

4, prépareront des documents attractifs sous la forme de podcasts ou vidéos autour de thématiques préalablement définies par rapport à la destination

MODALITE D'EVALUATION

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).

Méthodologie de la recherche	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10	0	10	10	2	Patrick EVENO

OBJECTIF DU COURS

BIBLIOGRAPHIE

Becker Howard, 2002, Les ficelles du métier, comment conduire sa recherche en sciences sociales, La Découverte, Paris, 352 p. (Repères)

Blanchet, Gotman, 1992, L'enquête et ses méthodes. L'entretien, Nathan Université, 125 p.

Weber Florence, Beaud Stéphane, 2003, Guide de l'enquête de terrain : Produire et analyser des données ethnographiques, La Découverte, Paris, 356 p.

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu : oral, participation, premier rendu du mémoire

Alternance et suivi des compétences	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	6	0	6	6	VAL	CFA Stephenson Formation

OBJECTIF DU COURS

Participation à la journée d'apprentissage organisée par le CFA Stephenson Formation.

MODE D'EVALUATION

Assiduité et participation.

UE n° 3 : Les systèmes du tourisme et du patrimoine	70 H d'enseignements	60 H CM	10 H TD	7 ECTS
--	-----------------------------	----------------	----------------	---------------

Gouvernance des territoires dans le cadre du développement durable	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	20	15	5	27,5	2	Linda BOUKHRIS

OBJECTIF DU COURS

Le cours vise à comprendre les transformations de l'action publique territoriale autour d'enjeux pluriels tels que la gouvernance, le développement durable et la participation citoyenne. Nous analyserons les facteurs d'émergence de nouveaux modes de gouvernance territoriale et particulièrement le rôle de la crise environnementale. La décentralisation, la régionalisation, l'eupéanisation ou encore la mondialisation sont autant de processus au cœur de la recomposition de l'action publique territoriale. Nous étudierons également les enjeux plus spécifiques de la gouvernance touristique des territoires face aux défis majeurs actuels ainsi que ceux de la gouvernance des espaces protégés (Parcs Naturels Régionaux et Parcs Nationaux) face aux conflits socio-environnementaux de la conservation et du tourisme.

PROGRAMME DU COURS

Introduction

Chapitre 1. La gouvernance territoriale : enjeux, acteurs, pratiques

De la gouvernance d'entreprise à la gouvernance dans le champ de l'action publique territoriale

Les facteurs de l'émergence du concept de gouvernance territoriale

Les caractéristiques de la nouvelle gouvernance des territoires

Chapitre 2. La gouvernance touristique des territoires : enjeux, acteurs, pratiques

a. Les grands principes de la gouvernance touristique des territoires face aux défis majeurs actuels

b. Des territoires aux destinations touristiques : diagnostic et stratégies

Chapitre 3. La gouvernance des espaces protégés

a. Du paradigme radical au paradigme intégrateur de la conservation : principales évolutions en matière de gouvernance des espaces protégés

b. Les Parcs Nationaux français : nouvelle législation, nouvelle approche ?

c. Les Parcs Naturels Régionaux : méthodologies, outils, limites

Bibliographie

Aubertin C., Rodary E., 2008, Aires protégées, espaces durables ? IRD. 276 p.

Depraz S., 2008, Géographie des espaces naturels protégés. Genèse, principes et enjeux territoriaux, Collection « U ». Armand Colin. 320 p.

Dumont J-F., 2012, Diagnostic et gouvernance des territoires. Concepts, méthode, application. Collection « U ». Armand Colin. 299 p.

Gaudin J-P., 2007, Gouverner par contrat. Références. Presses de Sciences Po. 280 p.

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

- Groupe Cynorhodon (coord.), 2020, Dictionnaire critique de l'anthropocène, Paris, CNRS éd., 928 p.
- Joliveau T., 2001, « La participation à la décision territoriale : dimension sociogéographique et enjeux informationnels d'une question politique ». Géocarrefour, Vol. 76, N°3, pp. 273-279.
- Jouve B., 2005, « La démocratie en métropoles, gouvernance, participation et citoyenneté », Revue française de science politique, Vol. 55, N° 2, pp. 317-337.
- Loudiyi S., 2008, « Le SCoT, instrument de gouvernance territoriale ? La conduite locale de la concertation dans le Pays du Grand Clermont », Norois, 209 | 4, pp. 37-56.
- Pasquier R., Guigner S., Cole A., (dir.), 2020, Dictionnaire des politiques territoriales, Sciences Po Les Presses, 667 p.
- Pinson G., 2009, Gouverner la ville par projet. Urbanisme et gouvernance des villes européennes. Académique. Presses de Sciences Po. 424 p.
- Pissaloux J-L., 2011, « La démocratie participative dans le domaine environnemental », Revue française d'administration publique, Vol.1, N° 137-138, pp.123-137

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Tourisme é(TIC)	10	10	0	15	1,5	Ouïam KADDOURI

OBJECTIFS DU COURS

Ce cours a pour objectif d'introduire les différents aspects liés aux nouvelles technologies et leur impact sur l'industrie du tourisme ainsi que sur les pratiques des acteurs et des parties prenantes impliquées. Il offre une perspective sur les tendances cruciales du tourisme à l'air du Digital et les défis posés par les technologies de l'information en tant que sources d'innovation majeure dans un secteur touristique de plus en plus concurrentiel. De plus, ce cours vise à expliquer le rôle des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans la gestion d'une entreprise touristique et leur influence sur son avantage concurrentiel.

MODALITE D'EVALUATION

Examen terminal (1H30)

Outils et méthodes d'observation du tourisme	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10	10	0	15	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, quel que soit son domaine d'action, à comprendre la démarche d'observation, de veille, et d'analyse, et à s'approprier cette démarche dans son cadre de travail. Après une sensibilisation aux enjeux environnementaux et sociaux, 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.

LECTURES CONSEILLEES

Mémento du tourisme 2018 – Direction Générale des Entreprises

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

Atlas du tourisme en France – 2018 – DGE

Bilan des émissions de gaz à effet de serre du secteur du tourisme en France - 2021 - ADEME

Numéro 90 revue Espaces tourisme & loisirs – coll. Cahiers : Observation et tourisme, Septembre 2006

Numéro 335 revue Espaces, Observer pour agir

Numéro 360 revue Espaces, Observation des territoires, nouveaux outils et méthodes

Les articles de la rubrique « Bonus Analyses » concernant les 'statistiques du tourisme', et 'idées reçues tourisme' sur le site www.coachomnium.com

Sites internet : Observatoire-des-territoires.gouv.fr, Eurostat (ec.eurostat.eu), Atout France, INSEE, territoires (Département/CDT, Régions/CRT, Communes)...

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-lhorizon/>)

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle Terminal sur table (1h30)

Patrimoine culturel et naturel : quels enjeux aujourd'hui ?	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	20	15	5	27,5	2	Maria GRAVARI-BARBAS

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.

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 ; Dimension politique du patrimoine ;

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

Patrimoine et tourisme : synergies et conflits ; Cas pratiques : enjeux de la valorisation touristique des sites patrimoniaux.

LECTURES CONSEILLEES

Gravari-Barbas, M., (dir.) 2005, Habiter le patrimoine, PUR.

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

Gravari-Barbas, M., (dir.) 2020 A research Agenda for Heritage Tourism, M. Gravari-Barbas, Elgar

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle Terminal (2h)

SEMESTRE 2

UE n° 1 : Sites et marchés touristiques	75 H d'enseignements	39 H CM	36 H TD	8,5 ECTS
--	---------------------------------	--------------------	--------------------	---------------------

Les marchés du tourisme	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	15	0	22,5	1,5	Frédéric THOMAS

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 (i) des formes de concurrence entre firmes sur les marchés du tourisme ainsi que (ii) des logiques micro-économiques qui sous-tendent les réponses et les choix stratégiques des acteurs concernés.

Dans une partie introductive, ce cours rappelle 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 qu'à leurs interactions (modèles de concurrence). Un point particulier sera porté aux distorsions de marché comme conséquence de l'émergence des plateformes internet de produits et services touristiques.

Les questions de transition et d'innovation avec les transformations apportées par l'économie collaborative, la digitalisation de l'offre et les enjeux du changement climatique seront étudiées dans une troisième partie. L'objectif de ce dernier chapitre sera de mieux appréhender les stratégies des entreprises et des territoires pour demain.

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.

Frimousse S., Peretti J.-M., (2017) « Entreprise et territoire : quelles perspectives pour demain ? » », Question(s) de management, 2017/4 (n° 19), p. 13-24.

- 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 (no 136), p. 67-84. 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
- 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 V. (2000) L'industrie touristique : Stratégie concurrentielle des entreprises (collection tourisme), Presse de l'université du Québec.
- Sessa A. (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

MODALITES D'EVALUATION

Contrôle terminal (1h30)

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
La mise en tourisme des sites	15	15	0	22,5	1,5	Sidoine CORBIN-OCCELLI 7,5 H / Jean-Michel TOBELEM 7,5 H

OBJECTIF DU COURS

Ce cours complète notamment le cours de marketing du 1^{er} 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.

Étude de cas de développement d'un équipement culturel et touristique, à travers les points suivants :

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

- Origine de l'équipement
- Caractéristiques de l'équipement
- Activité de l'équipement
- Fréquentation de l'équipement
- Offre concurrentielle, partenariats et coopérations
- Impact touristique
- Éventail des choix stratégiques
- Évaluation globale
- Enseignements en termes de méthodologie de projet de développement territorial

LECTURES CONSEILLÉES

OECD (2009), The Impact of Culture on Tourism, OECD, Paris (<https://www.oecd.org/fr/industrie/tourisme/42040218.pdf>)

Origet du Cluzeau C. et Tobelem J.-M. (dir.), 2009, Culture, tourisme et développement. Les voies d'un rapprochement, L'Harmattan, Paris.

Tobelem J.-M., 2023, Politique et gestion de la culture. Publics, financement, territoire, stratégie, Armand Colin, Paris.

Gerard Tocquer, Michel Zins, Jean-Marie Hazebroucq (1999), « Marketing du tourisme » Ed. Gaëtan Morin, 304 pages, 2^e édition

Valery Patin (2012), « Tourisme et patrimoine », Ed. La Documentation française, 208 pages

MODALITES D'EVALUATION

Contrôle terminal (1h30)

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Tables-rondes et conférences de l'IREST	9	9	0	13,5	1,5	CONFERENCIERS Coordination : Merryl JOLY

SEMESTRE 2

Le cours est composé de deux parties qui fonctionnent en parallèle au cours des séances. Les étudiants participent soit à l'organisation d'une table ronde soit à la préparation du voyage d'étude. La 1^{ère} est orientée autour de l'organisation de tables rondes sur une thématique en relation avec les formations de l'IREST. Les étudiants, par groupe de 4 ou 5, organiseront eux-mêmes une conférence d'1h30 autour d'un thème réfléchi et validé en amont et constitueront leur panel d'intervenants. 4 tables rondes sont prévues au cours de l'année 2023-2024 (2 au 1^{er} semestre et 2 au 2nd semestre). **Tous les étudiants doivent assister à l'ensemble des tables rondes.**

La 2^{ème} partie est consacrée à la préparation du voyage d'étude tout au long des séances. Un groupe, composé d'une quinzaine d'étudiants, aura la charge de l'organisation du planning général du voyage comprenant les visites et les rencontres avec les acteurs de la destination (Strasbourg pour 2024). Les autres étudiants, par 3 ou 4, prépareront des documents attractifs sous la forme de podcasts ou vidéos autour de thématiques préalablement définies par rapport à la destination

MODE D'EVALUATION

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

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).

Anglais LV2	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	18	0	18	18	2	DDL
	18	0	18	18	2	DDL

Les cours de Langue (Anglais + LV2) sont organisés en collaboration avec le Département des Langues de Paris 1 (DDL).

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

MODALITES 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, sous conditions (ET)

UE n° 2 : Gestion des Établissements	96 H d'enseignements	45 H CM	51 H TD	10 ECTS
---	---------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Gestion Hôtelière	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	20	10	10	25	2	Jean Michel CHAPUIS

OBJECTIFS DU COURS

La gestion hôtelière est abordée ici de façon pratique, dynamique et contextualisée. A partir d'une simulation de gestion d'un hôtel, les étudiants sont amenés à aborder l'ensemble des compétences de gestion des managers d'établissement d'hébergement (ou touristique).

En équipes et en concurrence sur un marché régional, les principales décisions à prendre pendant le jeu d'entreprise portent sur :

- Gestion du personnel (recrutement des différentes catégories de personnel et fixation des rémunérations)
- Gestion des investissements (agrandissements, ...)

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

- Gestion de différents budgets (entretien,...)
- décisions marketing (détermination du budget marketing, organisation des campagnes de communication, choix des canaux de communication...)
- décision financières (analyse et optimisation des résultats, communication aux actionnaires...).
- Gestion de trésorerie et des financements
- Négociations commerciales, salariales, actionnariales...
- Elaboration de tableaux de bord prospectifs (balance scorecards)
- Gouvernance d'entreprise (communication aux actionnaires, élaboration d'indicateur de création de valeur pour les actionnaires, ...)
- Gestion de crise

Les étudiants acquièrent une vision globale de la structure et l'organisation d'un hôtel

MODALITE D'EVALUATION

100 % en contrôle continu sur la base de la performance financière (ROI) obtenue durant la simulation (75 %) et la présentation de challenges opérationnels (25%).

Compétences, Métiers, Tourisme	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	20	10	10	25	2	En attente

OBJECTIFS DU COURS

Les professionnels du tourisme ont-ils des formations en tourisme ? L'objectif du cours est de familiariser les étudiants, futur manager en hôtellerie et tourisme, à identifier les compétences liées aux métiers. Utile tant pour leur carrière que pour leurs relations avec des collaborateurs, ce cours fournit des informations et des outils pour améliorer la gestion des entreprises du tourisme, reliés à l'éducation et la formation professionnelle des individus.

Réalisation d'études

Le cours est structuré en trois parties:

1. Référentiels des emplois-type Métiers du Tourisme - Atout France
2. Etude des formations en tourisme
3. Evaluation des écarts entre les attentes et les perceptions des partenaires de formation

LECTURES CONSEILLEES

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

- [DGCIS, 2009, « Adéquation entre les métiers – formations »](#)
- [Atout France, 2009](#), « Référentiels d'activités tourisme et hôtellerie Illustrations d'emplois-types / métiers correspondant à des niveaux de formation du supérieur»
- [Nogué F, 2013](#), « Le Tourisme, Filière d'Avenir », Développer l'emploi dans le tourisme
- [European Commission, 2016](#), Mapping and performance check of the supply side of tourism education and training,
- [Profil France](#).

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

Évaluation : 100 % contrôle continu, avec 2 évaluations (travail de groupe, réalisation d'études + épreuve individuelle sur table)

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Marketing hôtelier	15	7,5	7,5	18,75	2	Jean-Michel CHAPUIS (7,5h) + Patrick EVENO (7,5h)

OBJECTIFS DU COURS

- Connaitre et mettre en œuvre les concepts, méthodes et outils fondamentaux du marketing, de la culture de service et du leadership
- Comprendre que la complémentarité marketing, expérience client et leadership sont les clefs du succès des marques .
- Comprendre pourquoi et comment marketing, expérience client et leadership sont les composantes indissociables et interdépendantes de la définition et la mise en œuvre d'une culture de service de marque
- Comprendre comment marketing, expérience client , expérience collaborateurs et leadership contribuent à la RSE
- Comprendre pourquoi les enjeux humains sont au cœur de l'image de marque, des expériences – interne et externe- de marque et en conditionnent les performances.
- Connaitre les composantes d'une culture de service de marque cohérente pour ses clients et ses collaborateurs.

LECTURES CONSEILLEES PENDANT/A L'ISSUE DU COURS

Richard Mosley, 2014, Employer brand management, Wiley editions

William Aruda, 2013, Ditch, dare and do, TradesMark press international

Simon Sinek, 2014, Leaders east last, Portfolio Penguin

Simon Sinek, 2009 , Start with why,

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

Stephen Covey, 1989, the seven habits of effective people, free press

Peter Venison, 2005? 100 tips for hoteliers, luniverse

David Rock, 2006, Quiet leadership, HarpersCollins

Joseph A. Michelli, 2008, the new gold standard 5 leadership principles for creating a legendary customer experience

Rahim B. Kanani, 2017, a wealth of insight, black truffle press

Daniel Goleman, 1995, emotional intelligence, Bantam books

Benedicte Gendron Louise Lafortune, 2009, leadership et compétences émotionnelles, presses de l'université du Québec

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

Droit Social et Entreprise Touristique	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	7,5	7,5	18,75	2	Laurence JEGOUZO

OBJECTIFS DU COURS

Le cours doit permettre :

- d'appréhender les grands principes du droit social et notamment les notions de liens de subordination, qui encadrent l'exécution du contrat de travail, par les deux parties au contrat salarié et employeur, dont le droit disciplinaire.
- d'appréhender les différentes formes du contrat de travail avec leur spécificité
- d'appréhender les différentes responsabilités du salarié et de l'employeur vis à vis de la sécurité au travail.
- d'appréhender le rôle des institutions représentatives du personnel.

LECTURES CONSEILLEES

Il n'y a pas de conseil particulier dès lors que le Code du Travail devrait être profondément remanié par le nouveau gouvernement, de ce fait aucune lecture ne peut être considérée comme « à jour des réformes »

Néanmoins et cela même si d'importants changements seront actés, le temps du droit le temps des décrets peut laisser une marge.

Au surplus les grands principes devraient être maintenus il est donc proposé de lire : Droit du Travail Droit Vivant édition 2017 de Jean Emanuel RAY WoltersKluwer

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

Tourisme et interculturalité (MUT.EDTI)	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	20	10	10	25	2	Aurélie CONDEVAUX

OBJECTIFS DU COURS

Le cours vise l'acquisition d'outils théoriques permettant de comprendre les phénomènes interculturels selon un point de vue qui dépasse une approche essentialiste de la culture. A l'issue du cours, les étudiants seront à même de distinguer les différentes approches – en particulier celles de la socio-anthropologie et de la gestion – appliquées à l'interculturalité. Ils auront connaissance des différentes manières dont la question de l'interculturalité se pose dans les contextes touristiques. Les étudiants seront amenés à lire des textes permettant d'appréhender des situations interculturelles dans différents contextes

LECTURES CONSEILLES

Chabloz, N., 2007, « Le malentendu. Les rencontres paradoxales du tourisme solidaire », Actes de la Recherche en Sciences Sociales, 170 (5) : 32-47.

Davel E., J.-P. Dupuis et J.-F. Chanlat (dir.), 2008, Gestion en contexte interculturel. Approches, problématiques, pratiques et plongées, Québec, Presses de l'Université Laval et Télé-Université (UQAM).

Mancinelli, Fabiola, 2017, *Zafimaniry : l'invention d'une tribu. Art ethnique, patrimoine immatériel et tourisme*, L'Harmattan, coll. Océan Indien/études.

Salazar, « "Enough stories!" Asian tourism redefining the roles of Asian tour guides », *Civilisations*, 57, 207-222.

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

UE n° 3 : Stratégies des firmes du tourisme	85 H d'enseignements	25 H CM	60 H TD	10 ECTS
--	---------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Stratégies des Firmes Touristiques : Stratégies concurrentielles	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	25	12,5	12,5	31,25	2	Jean Michel CHAPUIS

OBJECTIFS DU COURS

La planification stratégique est définie comme l'analyse des tendances de l'environnement appréciées en termes d'opportunités de croissance et de menaces, l'évaluation et le choix, parmi la gamme d'axes de développements possibles, de ceux qui permettront à l'entreprise d'obtenir un avantage concurrentiel.

Contenu :

Après une exploration des différents courants et pratiques des stratégies des firmes, le cours permet aux étudiants de se familiariser à l'industrie touristique. De nombreuses études de cas sont

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

présentées. Parallèlement, les étudiants préparent un rapport d'analyse stratégique d'une entreprise touristique/hôtelière

LECTURES CONSEILLEES

Thépot J., « La stratégie », in Boyer A. et al., Les fondamentaux de l'entreprise, éd d'Organisation, 2005, 283 p.

Strategor (collectif), strategor, 6eme édition, Dunod, 2013

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu (rapport d'analyse de stratégies – 75 % – et présentation orale -25 %)

Gestion des marques touristiques et hôtelières	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	25	12,5	12,5	31,25	2	Sidoine CORBIN-OCCELLI

OBJECTIF DU COURS

La marque est au cœur des discours et des actions marketing des entreprises. Précieux actif et principal levier de profits pour les organisations, la marque est créatrice de valeur grâce à ses dimensions utilitaires, symboliques ou relationnelles. La force d'une marque réside dans sa capacité à innover et à se différencier de la concurrence, mais aussi à créer des associations fortes, favorables et différenciées dans l'esprit du consommateur. Gérer et développer une marque dans des marchés fortement concurrentiels comme l'hôtellerie pose un défi de taille pour les gestionnaires marketing. Ainsi, ce cours se propose de fournir aux étudiants un cadre de réflexion et des perspectives pour appréhender les principes de base de la gestion de marques touristiques et hôtelières. Contenu :

- 1 - Introduction à la gestion de marques
- 2 - Le capital de marque
- 3 - La marque et le consommateur
- 4 - Construire la marque
- 5 - Gérer la marque
- 6 - Renforcer et revitaliser la marque
- 7 - Développer la marque à l'international
- 8 - Gérer la marque dans le marché B2B
- 9 - Évaluer la performance de la marque
- 10 - La marque à l'heure des réseaux sociaux

LECTURES CONSEILLEES

- Yan Claeysen (2012), « Tout savoir sur... La marque face à la révolution client - Les nouveaux piliers du Marketing ».
- Brice Duthion, Frédéric Dimanche (2012) « Hôtellerie et hébergement, Les enjeux humains de l'hospitalité ».

MODALITE D'EVALUATION

Examen terminal en fin de semestre (1h30)

Méthodologie de la recherche	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10		10	10	2,5	En attente

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.

A la fin du séminaire, les étudiants doivent avoir formulé clairement leur proposition de travail dans leur mémoire.

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu - Evaluation du 2e rendu du mémoire

Techniques de recherche d'emploi	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10	0	10	10	1	Aurélié CONDEVAUX et Séverin FERRAND

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.

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Atelier de terrain	15	0	15	15	2,5	Jean-Michel CHAPUIS (7,5h) + Patrick EVENO (7,5h)

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

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

Dossier et présentation orale

UE n° 4 : Stage ou Alternance	-	-	-	1,5 ECTS
--	---	---	---	-------------

STAGE	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10 semaines	-	-	-	VAL	-

OU

Alternance et suivi des compétences	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	6	0	6	6	VAL	CFA Stephenson Formation

OBJECTIF DU COURS

Participation à la journée d'apprentissage organisée par le CFA Stephenson Formation.

MODE D'EVALUATION

Assiduité et participation.

SEMESTRE 3

UE n° 1 : Gestion de Projet	85 H d'enseignements	65 H CM	20 H TD	9 ECTS
--	---------------------------------	--------------------	--------------------	-------------------

Gestion de la qualité dans les organisations touristiques	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	15	0	22,5	2	Patrick EVENO 9H / Jean-Michel TOBELEM 6H

OBJECTIFS ET CONTENU DU COURS

Partie de M. Eveno :

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.

PARTIE 1 : LES ANTECEDENTS DE LA QUALITE

L'architecture organisationnelle et la théorie de l'Agence

La connaissance spécifique et la gestion de la qualité totale (TQM)

TQM et architecture organisationnelle

PARTIE 2 : LES CONSEQUENCES DE LA QUALITE

Les perceptions de qualité et de valeur par les touristes

Les échelles de mesures de la qualité de services dans le tourisme

Les conséquences comportementales de la qualité

La gestion des plaintes des clients

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 QualityManagement", *Journal of Accounting and Economics*, vol. 18, 247-87.

Partie de M. Tobelem :

Le cours examine la question de la qualité à trois échelles : 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".

Bibliographie complémentaire sur la qualité de l'accueil :

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

Ministère de l'Economie, DGE, Marque collective de certification Qualité Tourisme™. Le guide méthodologique des audits et des filières, actualisé en mai 2021 (https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/files/qt/files/espace-pro/referentiel/le_guide_methodologique_des_audits_et_des_filieres_qualite_tourisme-r.pdf)

Ministère de l'Economie, Enquête de satisfaction des clientèles touristiques en France, Baromètre accueil – TRAVELSAT© / TCI Research, Rapport d'étude, 2020 (<https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/tci-research-rapport-complet.pdf>).

Rapport d'information N° 2105 sur la mise en œuvre des conclusions du rapport d'information sur l'évaluation de la politique d'accueil touristique, présenté par M. Benjamin DIRX et Mme Jeanine DUBIÉ, députés, Assemblée nationale, 2019 (https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/rapports/cec/l15b2105_rapport-information.pdf).

Améliorer la qualité de l'accueil touristique. Focus sur les meilleures pratiques en France, dans le monde et sur « Marseille-Provence 2013, Capitale européenne de la culture », 2013, Atout France.

Des clés pour des églises ouvertes et accueillantes, 2002, Les mini-guides de l'AFIT, Agence française de l'ingénierie touristique.

L'accueil et la visite dans les musées, les références de la qualité, 1998, Agence française de l'ingénierie touristique, Direction des musées de France, AFNOR.

MODALITES DE CONTROLE

Contrôle écrit terminal (1h30)

Tourisme et développement durable	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	20	15	5	27,5	2,5	Anne DUBOSC

OBJECTIFS DU COURS

Sensibiliser les étudiants aux contenus du développement durable et plus précisément à leur mise en œuvre dans les établissements et activités touristiques

CONTENU

Introduction générale : définir l'environnement ... et le développement durable ?

Première partie : Définir le « développement durable du tourisme »

- 1 - Les principaux textes et conventions internationales sur le développement durable du tourisme
- 2 – Une/des définitions ?

Seconde partie : Les principaux axes de développement durable dans les entreprises et activités touristiques

- 1 - Le tourisme est lié à l'environnement
- 2 - Vers une consommation touristique durable
- 3 - Réduire la consommation touristique d'énergie
- 4- Préserver la biodiversité
- 5 - Prendre en considération la santé et les risques
- 6 - S'impliquer dans la gouvernance locale

Troisième partie : Les principaux outils de management du développement durable dans les entreprises et activités touristiques

- 1 - Le système de management environnemental
- 2 – Mettre en œuvre une RSE et Iso 26000
- 3 – Des labels et chartes de développement durable

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

LECTURES CONSEILLEES

- La newsletters Actu-environnement <https://www.actu-environnement.com/>
- La newsletters Novethic <https://www.novethic.fr/>
- La lettre d'ATD <http://www.tourisme-durable.org/newsletter>
- L'écho touristique – rubrique « voyage responsable » <https://newsletter.lechotouristique.com/>
- https://www.tourmag.com/my/tourmag/news_voyagesresponsables/news_voyagesresponsables_derniere.html
- Le site du ministère en charge de l'environnement <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/>
- Avis CESE « Tourisme et développement durable en France », 12/11/14 <https://cdurable.info/Tourisme-et-developpement-durable-en-France.html> et https://cdurable.info/IMG/pdf/PA_Tourisme_et_de_veloppement_durable_-_CESE.pdf

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle Terminal

1/ 5% de la note : analyse hebdomadaire de l'actualité dans la newsletters Actu-environnement

2/ 15% de la note : exposé

3/ 80% de la note : épreuve sur table d'1h30

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Management de l'accueil	15	7,5	7,5	18,75	1	Isabelle COORNAERT

OBJECTIFS DU COURS

L'objectif de ce cours est d'apporter aux étudiants les éléments d'une meilleure compréhension des systèmes de distribution et de leurs impacts sur les clients dans leurs choix d'une destination touristique.

Il abordera notamment la question de la maîtrise de la réservation par les différents acteurs du tourisme. En effet, dans l'univers du tourisme, quelle que soit la position que l'on occupe, les choix en matière de modèle économique, de partenariat stratégique ou de solutions technologiques peuvent être remis en cause par les évolutions de l'environnement :

- l'environnement du marché, avec un consommateur qui devient de plus en plus averti et exigeant,
- l'environnement réglementaire,
- l'environnement technologique, chaque nouvelle vague apportant des solutions qui remettent en questions les innovations précédentes
- l'environnement concurrentiel.

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

BIBLIOGRAPHIE

- Erick Leroux, Pierre-Charles Pupion, (2014), « Management du tourisme et des loisirs »
- Jean-Pierre Lozato-Giotart, Michel Balfet (2014), « Management du tourisme, Mettre en adéquation les systèmes de production et les territoires »

MODALITE D'EVALUATION

Examen terminal (1h30)

Plateformes Numérique et Hébergement	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	7,5	7,5	18,75	1	Patrick EVENO

Responsable du cours : Patrick EVENO, Consultant développement économique du tourisme et relations institutionnelles, Collaborateur parlementaire pour les questions d'évolution de la législation dans le tourisme, Intervenant auprès des professionnels de l'hébergement, chercheur au sein de l'EIREST pour les questions de l'évolution de l'hébergement individuel, ancien dirigeant d'entreprises NTIC.

OBJECTIFS DU COURS

Les plateformes de réservations sont devenues des acteurs/outils indispensables dans le secteur de l'hébergement touristique. Acteurs indépendants, services internalisés ou externalisés des professionnels de l'hébergement ils constituent un outil de gestion et de management tout autant qu'un point d'entrée marketing.

Concept économique ou véritable composante de la valeur ajoutée d'une organisation, si les plateformes peuvent compter sur la croissance globale du secteur du tourisme (incluant celle de la création et la fréquentation des hébergements touristiques quels qu'ils soient) elles doivent faire face à différentes particularités majeures : s'adapter à l'évolution de l'offre, de la demande et des innovations techniques et technologiques perpétuelles.

En outre, elles doivent intégrer les mutations profondes qui s'opèrent tant dans les comportements de consommation que dans les grands enjeux numériques de notre époque.

Concernant l'offre nous étudierons plus précisément les acteurs indépendants, plateformes d'intermédiation entre les acteurs, qu'ils soient professionnels (Hôtels, résidences de tourisme,

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

campings, spécialistes (thalassothérapie,..), acteurs publiques (offices de tourisme,...)) ou particuliers (hébergement chez l'habitants, locations, mise à disposition d'un espace,...). Mais aussi les plateformes d'entreprises ou de groupements.

Enfin, afin de mieux comprendre les perspectives, menaces et opportunité, nous évoquerons l'évolution des modes d'interactivité numériques.

Objectifs pédagogiques

Définir l'étendu du secteur

Se familiariser avec les enjeux économiques et sociaux Identifier les sous-secteurs et les catégories d'acteurs Comprendre le cadre réglementaire

Se familiariser avec les impératifs internationaux, entrevoir les perspectives

PLAN DU COURS

Définitions

Observation économique et statistique

Encadrement, réglementation, normes, marques et labels

Méthodes pédagogiques

Présentation théorique par le professeur, étude de cas, revue de presse (professeur & étudiants).

Travail personnel (groupes)

Recherche d'éléments permettant une comparaison entre 2 modes distincts d'hébergements, analyses et restitution.

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu - Analyse et restitution du travail personnel (contrôle continu 100 %)

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Conception et montage financier de projets culturels (Mut. MIT)	20	20	0	30	2,5	Jean- Michel TOBELEM (14h) + Francesca COMINELLI (6h)

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

- Une liste actualisée des ouvrages utiles sera communiquée aux étudiants lors de la première séance.
- Plusieurs publications aux éditions 'Atout France' dont 'Atout France au service des porteurs de projet, de l'investissement et de l'emploi'
- 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).

MODALITES D'EVALUATION

Contrôle continu

L'évaluation individuelle lors des restitutions en groupe portera sur : La pertinence des recherches et interventions individuelles dans la présentation du dossier collectif ; La capacité individuelle à intégrer dans la démarche les apports du cours ; La bonne interaction dans le jeu d'acteurs entre les groupes lors de la phase de dialogue, la pertinence des conclusions individuelles argumentées.

UE n° 2 : Gestion hôtelière avancée	60 H d'enseignements	30 H CM	30 H TD	8 ECTS
--	-----------------------------	----------------	----------------	---------------

Organisation administrative et comptable	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	7,5	7,5	18,75	2	Sidoine CORBIN-OCCELLI

OBJECTIFS DU COURS

Ce module vise à exposer les fondamentaux de la comptabilité générale et analytique dans le contexte des entreprises du tourisme. L'objectif est de comprendre la logique de la structure comptable et les enjeux de la comptabilité. Il s'agira notamment d'être capable de lire les principaux documents comptables et financiers et de comprendre leur construction. Seront présentés les différentes comptabilités, les documents et les objectifs de la comptabilité ainsi que le processus et la production comptable.

CONTENU :

1. Introduction à la comptabilité générale
 - o L'analyse du bilan et de la situation financière
 - o L'analyse du compte de résultat et des performances
2. Introduction à la comptabilité analytique
 - o L'information comptable de gestion : mesure et analyse des coûts
 - o Typologie et finalités des systèmes de calcul des coûts
 - o Le coût complet, les coûts partiels, le coût marginal, le coût standard
3. Introduction à la comptabilité financière
 - o Principaux ratios financiers
 Le tableau de trésorerie

LECTURES CONSEILLEES

- Michel Capron, Michèle LACOMBE-SABOLY (1996), « Introduction à la comptabilité d'entreprise », Ed. La Découverte, Collection : Repères, 128 pages.
- David Doriol (2014), « La compta pour tous », Ed.Vuibert, , 320 pages.

MODALITE D'EVALUATION

Examen terminal (1h30)

Revenue Management	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	7,5	7,5	18,75	2	Jean-Michel CHAPUIS

OBJECTIFS DU COURS

La maîtrise du chiffre d'affaires d'un hôtel ou d'un point de vente s'appuie sur la tarification (pricing) et la gestion de l'inventaire (demand control). Les participants à ce cours acquerront la capacité à comprendre cette stratégie et à mettre en place des outils opérationnels notamment dans le contexte actuelle des relations entre les établissements d'hébergement et les intermédiaires en ligne.

CONTENU :

Le cours est organisé autour d'une simulation de gestion durant deux journées consécutives durant lesquelles les étudiants doivent prendre les décisions conduisant à l'optimisation du chiffre d'affaires de l'Hôtel. Le cours aborde la gestion des limites de réservation par durée de séjour, la sur réservation et par catégories de tarifs/canal de distribution. Les pré requis porte sur les principes de la fixation des prix et des prévisions des ventes.

LECTURES CONSEILLEES

- Rouse, P. (2011). Revenue Management for Service Organizations. Business Expert Press.
- Toutes les ressources nécessaires sont accessibles sur l'EPI

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu - Travaux de groupes évalués sur la base du REVPAR de l'équipe 1

Gestion des Ressources humaines	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	7,5	7,5	18,75	2	Isabelle KUCHARSKI

OBJECTIFS DU COURS :

- Allier la gestion des « richesses humaines » avec la législation du droit du travail
- Analyser les situations vécues des étudiants en fonction de nouvelles alternatives de résolutions professionnelles
- Développer la critique constructive d'un management opérationnel
- Accroître la compétence managériale

CONTENU :

Introduction : Les défis d'une Direction des Richesses Humaines

Chapitre 1 : La Responsabilité Sociétale et l'Organisation des Entreprises

Chapitre 2 : Les Richesses Humaines

Chapitre 3 : Les Responsabilités Managériales

Chapitre 4 : Les Réalités du Social

LECTURES CONSEILLEES

- Alerte sur la Banquise – Kotter
- Droit du Travail en Pratique – Edition Eyrolles
- Eloge de l'Audace – Philippe GABILLIET
- Guide de survie à l'usage du manager pressé La collection Les bleus
- Le Manager et les 40 valeurs – Maurice THEVENET
- Le Manager presque parfait – Antoine CARPENTIER
- Le Management Bienveillant – Docteur Philippe RODET
- Le Nouveau Manager Minute – Blanchard & Johnson
- Les Transformations du Travail – Dominique VILLEMOT
- Manager au XXIe siècle – Philippe DETRIE

MODALITE D'EVALUATION

Examen Terminal : Présentation orale d'une thématique RH choisie et validée

Financement des entreprises hôtelières (Mut. MIT)	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	7,5	7,5	18,75	2	Jean Michel CHAPUIS

OBJECTIFS DU COURS

1/ Les Typologies d'hébergement

- Hôtels de Tourisme
- Résidences de Tourisme

2/ Les Tendances actuelles - Stratégies et Principaux Investisseurs

- Les Chaines Hôtelières
- L'Hôtellerie Traditionnelle (en France et sur Paris)
- AirBnb

3/ Les Modes de Gestion - d'Exploitation

- Baux
- Murs
- Fonds

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

- Contrats de Gestion

4/ Les indicateurs de Mesure de performance

- Uniform System

- CA, Charges, Résultats 5/

L'investissement en Hôtellerie

- Typologie des Investisseurs

- Coûts de Construction

- Méthodes d'évaluation du Patrimoine

MODALITE D'EVALUATION

Examen Terminal (1h30)

UE n° 3 : Conduite et suivi de projets touristiques publics ou privés	110 H d'enseignements	22,5 H CM	87,5 H TD	13 ECTS
--	------------------------------	------------------	------------------	----------------

Gestion des équipements et des sites culturels	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	7,5	7,5	18,75	2	Sophie HUBERSON

OBJECTIFS DU COURS

Concept

Production

Exploitation (ressources humaines, organisation du travail, finances).

Plan type

CONTENU:

Projet de création, reprise ou extension d'un site de loisirs ou de culture

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

Intermédiation et e-tourisme (Mut. MIT)	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	7,5	7,5	18,75	1	Sébastien LION

COURSES OBJECTIVES :

This course defines intermediation and distinguishes horizontal and vertical intermediation platforms in tourism. As many horizontal intermediation platforms are located in China, a zoom is made on the Chinese ecosystem and its impact on tourism. The context of tourism in France and Paris is also presented with a practical case J0204 and tourism with a focus on intermediation platform involved. To prepare the second practical case, one will wonder what type of intermediation platform is WeChat. The second final practical case will aim to compare Alibaba and Amazon for and determine which of them is the most successful tourist horizontal intermediation platform.

COURSE STRUCTURE:

I – Intermediation? Web 1.0 to Web 4.0

II – Intermediation & tourism (horizontal & vertical platform)

III – Parisian & French Tourism with a zoom on intermediation platform are involved (Use case #1) IV – Digital China Chinese Tourism & Mobile payment

IV – Parisian & French Tourism (Use case #1)

V – Is WeChat an intermediation platform?

VI – Horizontal intermediation tourism platform: Alibaba or Amazon? (Use Case #2)

EVALUATION MODE / MODALITE D’EVALUATION

Contrôle continu + Contrôle terminal

1) Oral Presentation By group of 5 students (50% of the final grade) The presentation will take place during the last session.

Instructions for the exams

- Present 2 examples of intermediation platform vertical and horizontal ones

- SWOT of the Amazon platform

- SWOT of the Alibaba platform

- Use the sources you want to present the intermediation theme by comparing Amazon and Alibaba and show how vertical intermediation platform they are.

- Explain which one of these is the most suitable for tourism and possibly if you see others emerging.

The presentation must respect the format of 15 minutes followed by 5 questions maximum. At the beginning of your intervention you will also have to explain how the work was distributed within the group.

2) Written record (50% of the final grade)

Two weeks after the oral presentation, you have to give a short-written summarizing the essence of that will have been presented orally. You can make the necessary improvements taking into accounts the remarks made during the presentation as well as your additional records.

Management des destinations touristiques	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	7,5	7,5	18,75	1,5	Cécile LEONHARDT

OBJECTIFS DU COURS

Destination Management
 Destination Management/Marketing Organization DMO
 Destination Image
 Tourism Destination Branding
 Destination Planning

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle Terminal

Méthodologie de la recherche	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	0	15	15	1,5	Patrick EVENO

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

Contrôle continu - Evaluation du 3e rendu de mémoire

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Atelier de terrain	14	0	14	14	3	Jean-Michel CHAPUIS (7,5h) et Patrick EVENO (7,5h)

Ce cours s'inscrit dans la continuité de l'atelier de terrain du Master 1.

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

Dossier et présentation oral

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Anglais	18	0	18	18	2	DDL
LV2	18	0	18	18	2	DDL

Les cours de Langue (Anglais + LV2) sont organisés en collaboration avec le Département des Langues de Paris 1 (DDL).

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

MODALITES 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, sous conditions (ET)

SEMESTRE 4 (M2)

UE n° 1 : Mémoire	-	-	-	15 ECTS
--------------------------	---	---	---	----------------

Le mémoire, commencé en Master 1, est à déposer sur l'EPI le 2 septembre, ainsi que le Dossier d'Outils méthodologiques. Les soutenances ont lieu la dernière semaine de septembre, devant un jury de deux personnes, dont le directeur de mémoire.

L'évaluation prend en compte la qualité intrinsèque du mémoire (construction d'une problématique, des hypothèses, d'un protocole d'enquêtes ; dialogue avec l'état de l'art ; analyse des données ; interprétation et qualité argumentative ; qualité de la rédaction ; illustrations), la soutenance orale et l'aptitude de l'étudiant.e à répondre aux questions et remarques du jury.

MODE D'EVALUATION

Rendu et soutenance du mémoire de recherche.

UE n° 2 : Stage ou Alternance	-	-	-	15 ECTS
--------------------------------------	---	---	---	----------------

STAGE	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	12 semaines	0	0	0	15	-

Un stage de 12 semaines minimum est attendu en Master 2, pour les étudiants inscrits en Formation Initiale. Le stage donne lieu à la rédaction d'un rapport de stage, déposé sur l'EPI Stage et Alternance le 2 septembre au plus tard, et une soutenance du rapport la dernière semaine de septembre.

Le rapport de stage présente la structure de stage dans son territoire, marché, ou environnement concurrentiel ; les missions menées en lien avec les enjeux de la structure ; un bilan des compétences en lien avec le projet professionnel. L'évaluation du stage tient également compte de l'évaluation effectué par le tuteur ou la tutrice dans la structure de stage.

MODE D'EVALUATION

Rendu et soutenance du rapport de stage + évaluation par la structure.

Alternance et suivi des compétences	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	6	0	6	6	15	CFA Stephenson Formation

OBJECTIF DU COURS

Participation à la journée d'apprentissage organisée par le CFA Stephenson Formation.

L'alternance donne lieu à l'écriture d'un rapport d'alternance, déposé sur l'EPI Stage et Alternance le 2 septembre, et faisant l'objet d'une soutenance orale la dernière semaine de septembre.

Le rapport d'alternance présente la structure d'alternance dans son territoire, marché, ou environnement concurrentiel ; les missions menées en lien avec les enjeux de la structure et leur évolution ; un bilan des compétences en lien avec le projet professionnel. L'évaluation de l'alternance tient également compte de l'évaluation effectué par le tuteur ou la tutrice dans la structure, en lien avec le portfolio des compétences.

MODE D'EVALUATION

Assiduité et participation ; rendu et soutenance du rapport d'alternance comprenant un portfolio de compétences.

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

12, place du Panthéon 75231 Paris Cedex 05 – Tél. : +33 (0)1 44 07 80 00 – www.univ-paris1.fr