



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 2023-2024

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

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

TABLEAU RECAPITULATIF DES MODALITES DE CONTROLE

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	VINCENT	CC
Méthodologie de la recherche	10	2	CONDEVAUX	CC
Tables-rondes et conférences de spécialistes (TC)	9	2	Coord. JOLY	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
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)

SEMESTRE 2	NB HEURES	ECTS	ENSEIGNANT(E)	MC
UE n° 1 : Fondamentaux du tourisme	90	10		
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)
Conférences de Spécialistes (TC)	9	1,5	Coord. JOLY	CC
Anglais	18	2	DDL	CC
LV2 de Spécialité	18	2	DDL	CC
UE n° 2 : Préservation et médiation du patrimoine	90	10		
Le patrimoine culturel : approches théoriques et pratiques	10	1,5	COMINELLI	CT (2h)
Médiation culturelle et tourisme	20	2	COTTAIS	CT (2h)
Préservation des sites culturels : principes généraux et études de cas	20	2	LIOT	CC
Multimédia, nouvelles technologies et patrimoine	10	1,5	CANTONI	CC
Les outils de la protection du patrimoine naturel et culturel	15	1,5	VINCENT	CT (2h)
Evénements et animation des territoires (Mut DATT)	15	1,5	JOLY	CC
UE n° 3 : Patrimoine et tourisme. Acteurs, approches et réseaux	70	10		

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 (9h) + COORNAERT (6h)	CT
Méthodologie du mémoire	10	2,5	CONDEVAUX	CC
Atelier de terrain	15	2,5	M. JOLY	CC
Techniques de recherche d'emploi	10	1	CONDEVAUX + intervenants	CC
UE n° 4 : Stage ou Alternance	0 / 6*	VAL		
Stage (Formation initiale)	0	VAL		VAL
*Alternance et suivi des compétences (alternants)	6	VAL	Stephenson Formation	VAL

SEMESTRE 3	NB HEURES	ECTS	ENSEIGNANT(E)	MC
UE n° 1 : Conduite de projets culturels et patrimoniaux	105	11		
Gestion de la qualité dans les organisations touristiques (TC)	15	2	EVENO (9h) + TOBELEM (6h)	CT (2h)
Conception et montage de projets culturels	20	2,5	BLANC	CC
Stratégie de développement et financement des institutions culturelles (Mut. MIT)	30	2,5	TOBELEM	CT
Stratégies territoriales et sites patrimoniaux	15	1	S. JOLLY	CC
Communication des institutions culturelles et patrimoniales	15	2	MIGNON	CC
Interprétation du patrimoine et nouvelles technologies	15	1	GAUVIN (10h) + LAUVRAY (5h)	CC
UE n° 2 : Patrimoine mondial et tourisme	95	10		
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 (Mut. MIT)	35	4	GRAVARI-BARBAS (17) + VARGAS (9) + BASILE (9)	CC
Préservation, Gestion et mise en valeur des Grands sites de France	20	2	ARCHAMBAULT + LECLERCQ	CC
Economie du patrimoine culturel (Mut. EDTI)	20	2	COMINELLI	CT (1h30)
UE n° 3 : Outils et méthodes	61 / 67*	9		
Méthodologie de la recherche	10	2	CONDEVAUX	CC
Atelier de Terrain	15	3	GHATTAS	CC
Anglais	18	2	DDL	CC
LV2	18	2	DDL	CC
*Alternance et suivi des compétences (alternants)	6	VAL	Stephenson Formation	VAL

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
--	------------------------------	----------------	----------------	----------------

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Gestion des entreprises	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

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

Professeur responsable de l'enseignement : Luca 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 CONSEILLEES

- 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) MODALITES D'EVALUATION

Examen écrit d'une durée d'une heure 30 [a) questions à choix multiple ; b) 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, "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 : Introduction
- 2 : la segmentation du marché
- 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)

Droit et tourisme	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	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 – 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 €
 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. Le 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 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.

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)

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

Urban, J.-D., 2002, *L'idiote 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

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal (2h)

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

	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 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

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), sous conditions.

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Atelier de terrain	15	0	15	15	3	Alix VINCENT

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)

	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Tables-rondes et conférences de l'IREST	9	9	0	2	CONFERENCIERS Coordination : Merryl JOLY

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 d'une spécialité (CC).

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

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

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Alternance et suivi des compétences	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 contextes politiques et socio-économiques d'émergence du concept de gouvernance territoriale 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

Introduction : Les termes du débat

Gouvernance

Territoires

Développement durable

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

La logique partenariale / contractualisation

Les outils d'élaboration de la gouvernance territoriale

L'intégration de l'UE aux logiques d'aménagement et de contractualisation

Chapitre 2. La gouvernance à l'épreuve de la participation : le cas des espaces protégés.

L'impératif participatif : contexte et enjeux

La gouvernance des aires protégées : du paradigme radical au paradigme intégrateur

Les Parcs Naturels Régionaux : méthodologies, outils, limites

Les Parcs Nationaux français : nouvelle législation, nouvelle approche ?

Conservation et conflits : discussion en groupe à partir des compte-rendus de lecture (2 cas de conflits socio-environnementaux en France et à l'étranger)

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.
- 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.
- 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
- Saarinen J., 2006, « Traditions of sustainability in tourism studies », *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, N° 4, pp. 1121-1140.

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

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 continu

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Outils et méthodes d'observation du tourisme	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 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.

LECTURES CONSEILLEES

Crise du CoVid-19 : coup d'arrêt sur le tourisme et perspectives de reprise, Observatoire de l'économie du tourisme, Les notes de tendance, Numéro 2, juin 2020

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

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

Numéro 316 revue espaces, coord. Claudine Desvignes et Sébastien Jacquot, dossier les nouveaux outils de l'observation touristique

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

Sites internet : [veilleinfotourisme](http://veilleinfotourisme.com), CGET, Eurostat, 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 ; Patrimoine et tourisme : synergies et conflits ; Cas pratiques : enjeux de la valorisation touristique des sites patrimoniaux.

LECTURES CONSEILLEES

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

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.

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle Terminal (2h)

SEMESTRE 2

UE n° 1 : Fondamentaux du tourisme	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 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.

Caccommo 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

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

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.

LECTURES CONSEILLES

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)

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

SEMESTRE 2

MODE 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 d'une spécialité (CC).

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

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 : Préservation et médiation du patrimoine	90 H d'enseignements	45 H CM	45 H TD	10 ECTS
--	---------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Le patrimoine culturel : approches théoriques et pratiques	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10	5	5	12,5	1,5	Francesca COMINELLI

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'idiot 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)

Médiation culturelle et tourisme	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	20	10	10	25	2	Aurélié COTTAIS

OBJECTIF DU COURS

Ce cours propose d'interroger la médiation culturelle en confrontant principes théoriques et pratiques professionnelles, intention des concepteurs-programmateurs et réception voire participation des publics. Pour se faire, nous concevrons une grille de lecture et d'analyse qui questionnera des lieux culturels dans leurs dimensions plurielles : accessibilité universelle, programmation, muséographie, etc. Chaque cours se déroulera sur site afin de procéder à son évaluation et ainsi faire émerger collectivement un ensemble de bonnes pratiques.

Déroulé du cours

- Enjeux de la médiation culturelle et conception de la grille de lecture et d'évaluation
- Visite de la Cité de l'architecture et du patrimoine
- Visite du musée départemental Albert-Kahn
- Visite du musée d'Orsay
- Visite du château de Vincennes
- Visite du musée Carnavalet

Bilan et bonnes pratiques

LECTURES CONSEILLEES

EIDELMAN Jacqueline, Inventer des musées pour demain - Rapport de la mission Musées du XXIème siècle. Paris : La documentation française, 2017, 249 pages (Collection des rapports officiels) <https://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Rapports/Rapport-de-la-missionMusees-du-XXIe-siecle2>

CHAUMIER Serge ; MAIRESSE François, La médiation culturelle, Paris : Armand Colin, 2017, 301 pages (Collection U)

DUBRULLE Marie, HandyBook - Petit livre à l'usage des médiateurs culturels travaillant avec des publics aux besoins spécifiques, Paris : Edilivre, 2016, 186 pages

GELLEREAU Michèle, Les mises en scène de la visite guidée - Communication et médiation, Paris : L'Harmattan, 2005, 279 pages

PEQUIGNOT B. "Œuvres, publics et médiation culturelle", Raison présente, 2011, 177

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle écrit terminal (2h)

Préservation des sites culturels : principes généraux et études de cas	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	20	10	10	25	2	David LIOT

OBJECTIFS DU COURS :

Il s'agira d'étudier les atouts et les limites de la patrimonialisation du bâti dans le cadre contemporain de la valorisation et de l'affirmation des territoires. Le socle de ce cours sera de mesurer concrètement l'impact de la loi récente du 7 juillet 2016 relative à la Liberté de Création, à l'Architecture et au Patrimoine. L'objectif général de ce texte de « conserver, restaurer et transmettre notre patrimoine et de valoriser les territoires et d'en développer l'attractivité » pourra être étudié à l'aune de rencontres avec les acteurs de la conservation et du tourisme. Analyser et croiser les évolutions – ou non – des usages des habitants, des communautés et des touristes se révélera essentiel. La prise en compte des actualités - pandémie, crises environnementales, recours accru au numérique, contexte géopolitique... - se révélera incontournable pour appréhender le sens de la préservation des sites culturels sur un plan prospectif.

PROGRAMME DU COURS :

Une première séance théorique rappellera brièvement l'histoire de la protection des Monuments historiques depuis le XIXe siècle jusqu'à la loi de 1913 et s'attardera sur les évolutions des XXe et XXIe siècles marquées par les destructions des guerres, la société de consommation, l'affirmation et les excès du tourisme concernant la conservation et la transmission des patrimoines aux générations futures. Le rôle du ministère de la Culture (contrôle scientifique et technique), les conventions Culture-Tourisme (celle par exemple du 19 janvier 2018) et l'implication grandissante des collectivités territoriales seront évoqués. Une attention sera portée sur la requalification culturelle de sites industriels, sur la valorisation des cœurs historiques urbains et sur le sauvetage

du patrimoine rural qui suscitent un engouement citoyen attesté par la mission Bern et la Fondation du patrimoine. Ce cycle sera centré sur plusieurs études de cas sur sites et de rencontres avec les acteurs impliqués, autour de thématiques qui interpellent les touristes et se nourrissent de « l'inconscient collectif » des habitants (reconstruction d'une ville après la guerre, patrimoine industriel revisité, revitalisation d'une banlieue du Grand Paris...). Ces études conduiront à la définition collégiale d'une grille d'analyse des sites visités, à des groupes de travail thématiques et à un temps final de restitution et de débats sur les forces et faiblesses des études de cas.

LECTURES CONSEILLÉES :

Bady J-P., Cornu M., Fromageau J., Leniaud J-M., Négri V., 1913, *genèse d'une loi sur les monuments historiques*, La Documentation française, Paris, 2013

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

Touzeau-Mouflard L. et Verjat A., *La protection des monuments historiques*, Dalloz, Paris, 2018

De Clippele M-S, *Protéger le patrimoine culturel : à qui incombe la charge ?*, Presse de l'Université Saint-Louis, Bruxelles, 2021

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

Multimédia, nouvelles technologies et patrimoine	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10	5	5	12,5	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 tourisme patrimonial..

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). 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.

Les outils de la protection du patrimoine naturel et culturel	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	7,5	7,5	18,75	1,5	Alix VINCENT

OBJECTIFS DU COURS

Le cours a pour finalité de donner une vision d'ensemble, à la fois théorique et pratique, des dispositifs juridiques de protection du patrimoine naturel et culturel en droit interne : « monuments historiques », « sites patrimoniaux remarquables », « domaines nationaux », « sites naturels », « trésors nationaux », « musées de France », « patrimoine culturel immatériel » ... L'objectif est de parvenir à une maîtrise technique élémentaire, 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 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, 2020
 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, 2018.

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal (2h)

Événements et animation des territoires (Mut. DATT)	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	7,5	7,5	18,75	1,5	Merryl JOLY

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).

PLAN DU COURS

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

LECTURES CONSEILLÉES

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.

MODALITÉ D'ÉVALUATION

CC (Dossier) Contrôle continu

UE n° 3 : Patrimoine et Tourisme. Acteurs, approches et réseaux	70 H d'enseignements	17,5 H CM	52,5 H TD	10 ECTS
---	-------------------------	--------------	--------------	------------

Modes de gestion publique et privée du patrimoine	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10	5	5	12,5	1,5	Jean-Michel TOBELEM

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

Mairesse F., J.-M. Tobelem et P. Vessely (2017), « Musées et bibliothèques : vers de nouveaux modèles économiques et de gestion ? », in Nicolas Y. (coord.), *Modèles économiques des musées et bibliothèques*, ministère de la Culture, La Documentation française, Paris.

Museum Management and Marketing, 2007, ed. by Richard Sandell & Robert R. Janes, Leicester Readers in Museum Studies, Routledge.

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

Tobelem J.-M. (2013), « The arts and culture. A financial burden or a way out of the crisis? », *Journal of Cultural Management and Policy*, vol. 3, n° 1, p. 52-60.

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, 2023 (4^{ème} édition), *Politique et gestion de la culture. Publics, financement, territoire, stratégie*, Armand Colin, Paris.

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal (2h)

Les acteurs et les métiers du patrimoine	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10	5	5	12,5	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.

Museum Management and Marketing, 2007, ed. by Richard Sandell & Robert R. Janes, Leicester Readers in Museum Studies, Routledge.

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

Tobelem, Jean-Michel, 2023 (4^{ème} édition), *Politique et gestion de la culture. Publics, financement, territoire, stratégie*, Armand Colin, Paris.

MODALITE D'EVALUATION

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

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Marketing et filières du tourisme culturel	15	7,5	7,5	18,75	1,5	Francesca Cominelli (9h) + Isabelle Coornaert (6h)

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

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Méthodologie du mémoire	10	0	10	10	2,5	Aurélie CONDEVAUX

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

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Atelier de terrain	15	0	15	15	2,5	Merryl JOLY

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

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

Dossier et présentation orale

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Techniques de recherche d'emploi	10	0	10	10	1	Aurélie CONDEVAUX + intervenants

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.

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 (M2)

UE n° 1 : Conduite de projets culturels et patrimoniaux	115 H d'enseignements	80 H CM	35 H TD	11 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

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".

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.

MODALITES DE CONTROLE

Contrôle écrit terminal (1h30)

Conception et montage de projets culturels	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	20	20	0	30	2,5	Jean-Michel BLANC

LANGUE : français

OBJECTIFS DU COURS

L'enseignement vise à présenter des concepts et des outils simples afin de comprendre et maîtriser les étapes du montage et la recherche de financement de projets culturels à vocation touristique, 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. La recherche de partenaires financiers doit intégrer à chaque étape quelques notions clés exposées et illustrées. Le mécanisme du jeu de rôle permet de découvrir la logique des politiques régionales et la diversité des acteurs du financement de projets.

LECTURES CONSEILLEES

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 binôme) porte sur : La pertinence des recherches et interventions individuelles dans la présentation du dossier (individuel ou collectif) ; La capacité individuelle à intégrer les apports du cours dans la démarche et 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, éléments essentiels dans l'évaluation.

Stratégie de développement et financement des institutions culturelles (Mut. MIT)	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	30	15	15	37,5	2,5	Jean-Michel TOBELEM

OBJECTIF DU COURS

Comme toute autre organisation – y compris sans but lucratif – les sites culturels doivent être « gérés », en mobilisant au mieux leurs ressources techniques, humaines et financières ; cela dans le respect de leurs missions et en tenant compte des politiques publiques (culturelles et autres) et des normes éthiques en vigueur. Une application raisonnée des techniques de management peut donc être envisagée (réflexion stratégique, politique marketing, démarche qualité, contrôle de gestion...), dans un contexte de contraction des dépenses publiques et de développement de l'offre concurrentielle. Le cours s'attachera 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 tendances influençant l'évolution des institutions culturelles, à l'échelle internationale ; Le financement des musées et du patrimoine ; La politique tarifaire ; Les ressources propres (boutique, cafétéria, location d'espace, autres ressources) ; La question du numérique ; 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

- Alexandre O., Y. Algan et F. Benhamou (2022), « La culture face aux défis du numérique et de la crise », *Les notes du Conseil d'analyse économique*, n° 70.
- Ben Salem M., X. Greffe et V. Simonnet (2015), *Culture et croissance. Les leçons de l'expérience française (1975-2008)*, rapport de recherche, ministère de la Culture.
- Colbert, François & Martin, Dan J. (ed.), 2008, *Marketing Planning for Culture and the Arts*, HEC Montreal.
- Girard H., C. Chevrier et I. Verbaere, « La culture en quête d'un nouveau modèle économique », *La Gazette des communes, des départements, des régions*, 3 avril 2017. URL : https://www.rtes.fr/sites/default/files/IMG/pdf/Dossier_culture_Gazette.pdf.
- La culture mise à prix. La tarification dans les sites culturels* (dir. J.-M. Tobelem), 2005, L'Harmattan, Paris.
- Mairesse F., J.-M. Tobelem et P. Vessely (2017), « Musées et bibliothèques : vers de nouveaux modèles économiques et de gestion ? », in Nicolas Y. (coord.), *Modèles économiques des musées et bibliothèques*, ministère de la Culture, La Documentation française, Paris.
- 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*.

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

Pouts J.-L. (dir.) et J.-M. Tobelem (2021), *Culture et développement rural. Guide à l'intention des porteurs de projet et des élus*, Réseau rural national.

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

Shubik M. (1999), « Culture and Commerce », *Journal of Cultural Economics*, n° 23, p. 13-30.

Tobelem J.-M. (2013), « The arts and culture. A financial burden or a way out of the crisis? », *Journal of Cultural Management and Policy*, vol. 3, n° 1, p. 52-60.

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, 2023 (4^{ème} édition), *Politique et gestion de la culture. Publics, financement, territoire, stratégie*, Armand Colin, Paris.

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal

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

LANGUE

anglais

Stratégies territoriales et sites patrimoniaux	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	7,5	7,5	18,75	1	Sylvie JOLLY

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 l'organisation territoriale du tourisme en France et des outils développés pour la construction de stratégies territorialisées, le cours s'appuie sur plusieurs cas concrets pour illustrer la façon dont les territoires formulent des stratégies touristiques et patrimoniales, au service du développement local et de la construction de destinations touristiques.

LECTURES CONSEILLEES

Landot Eric (2016), Compétence tourisme. Quelle intercommunalisation ? Quels modes de gestion ? Dossier d'experts, Territorial éditions, 102 p.

Sicart Catherine (2017), L'Aménagement touristique et ses nouveaux enjeux, L'Harmattan, 184 p.

Violier Philippe (2008), Tourisme et développement local, Editions Belin, Collection Belin Sup Tourisme, 180 p.

Viès Vincent (2006), Politiques publiques d'aménagement touristique. Presses Universitaires de Bordeaux. Presses Universitaires de Bordeaux, 483 p.

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle Continu

Communication des institutions culturelles et patrimoniales	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	10	5	20	2	Mathilde Mignon

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

Interprétation du patrimoine et nouvelles technologies	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	7,5	7,5	18,75	1	Géraldine GAUVIN (10h) + Annabelle Lauvray (5h)

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

UE n° 2 : Patrimoine mondial et tourisme	95 H d'enseignements	52,5 H CM	42,5 H TD	10 ECTS
---	-----------------------------	------------------	------------------	----------------

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

UE n° 2 : Patrimoine mondial et tourisme	110	60	60	10	
	HEURES	CM	TD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Analyse et valorisation du PM matériel et immatériel	20	10	10	2	Sébastien JACQUOT (15h) et Aurélie CONDEVAUX (5h)
Gouvernance et mise en tourisme des sites du PM	35	17,5	17,5	4	Maria GRAVARI-BARBAS (10h), Amilcar VARGAS (9h), Monique BASILE (9h) et journée UNESCO (7h)
Préservation, Gestion et mise en valeur des Grands sites de France	20	10	10	2	Soline Archambault et Maya Leclercq
Economie du patrimoine culturel	20	15	5	2	Francesca COMINELLI

UE n° 3 : Outils et méthodes	61 H d'enseignements	0 H CM	61 H TD	9 ECTS
-------------------------------------	-----------------------------	---------------	----------------	---------------

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

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

Atelier de Terrain	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15		15	15	3	Maïa GHATTAS

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.

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)

	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 (ET)

SEMESTRE 4 (M2)

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

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	-

OU

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.

MODE D'EVALUATION

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