

Master Tourisme parcours Management des activités hôtelières et touristiques



- > Domaine : Droit, Économie, Gestion > [120 crédits ECTS](#)
- > En formation initiale > 4 semestres
- > En formation continue > [La Rochelle](#)
- > En alternance
- > Accessible en [Validation des Acquis \(VAE\)](#)

- de 1 mois pour accéder au 1er emploi

82 % des diplômés sont en emploi
selon une étude réalisée 18 mois après obtention du diplôme

- > Types de contrat d'alternance
 - Contrat d'apprentissage
 - Contrat de professionnalisation
- > Rythme d'alternance
Mensuel : 2 à 3 semaines par mois en entreprise et immersion définitive à compter du mois d'avril

S'INSCRIRE

<http://www.univ-larochelle.fr/S-inscrire>

CONTACT

IAE La Rochelle
39 rue François de Vaux De Foletier
17024 La Rochelle cedex 1
Web : <http://iae.univ-larochelle.fr/>
Courriel : master.hotellerie@univ-lr.fr

OBJECTIFS

> Le mot des responsables

Vous êtes à la recherche d'une formation en management avec une spécialité tourisme ?

Le master Management des activités hôtelières et touristiques vous permet d'acquérir à la fois des compétences techniques, managériales et opérationnelles.

D'une part, vous serez en mesure de réaliser des études de marchés, fixer des prix, choisir des canaux de distribution et mettre en œuvre une stratégie de web-marketing.

D'autre part, vous maîtriserez la prospection et l'animation d'un portefeuille de clients, la gestion de projets mais aussi l'animation d'une équipe et la gestion d'un établissement.

À l'issue de votre formation, vous pourrez prétendre à un poste de cadre opérationnel dans les métiers de l'hôtellerie et du tourisme en France et à l'international.



Florence De Ferran (M1)



Jean-Charles Rico (M2)

> À l'issue de la formation, vous saurez

- Maîtriser les techniques et outils des études et de la recherche
 - Connaître et appliquer les méthodes d'études qualitatives., en tirer des implications stratégiques et opérationnelles
 - Connaître et appliquer les méthodes de recherche, en tirer des implications stratégiques et opérationnelles
 - Connaître et appliquer les méthodes d'études quantitatives, en tirer des implications stratégiques et opérationnelles
- Maîtriser les fondamentaux du management des activités de services
 - Connaître et utiliser les techniques et outils nécessaires aux décisions financières courantes
 - Connaître et agir sur les grands modes d'organisation et structure des entreprises de services
 - Connaître les spécificités des services et s'inscrire dans les processus d'innovation
- Connaître et gérer les acteurs, modes d'organisation, enjeux et processus d'évolution des destinations touristiques
 - Connaître les acteurs, enjeux et modes d'organisation des destinations touristiques
 - Mettre en œuvre la gestion des destinations touristiques
 - Connaître l'environnement juridique et institutionnel du tourisme
- Connaître et mettre en pratique les stratégies et techniques de mise en marché des destinations touristiques
 - Connaître et pratiquer la mise en marché des destinations touristiques
 - Connaître et pratiquer le développement touristique sur les destinations
 - Connaître et mettre en marché les offres culturelles
- Connaître et gérer les acteurs, modes d'organisation, enjeux et processus d'évolution des établissements d'hébergement
 - Connaître les acteurs, enjeux et modes d'organisation des hébergements
 - Mettre en œuvre la gestion des hébergements
 - Connaître et développer la clientèle Affaires (MICE)
- Connaître et mettre en pratique les stratégies et techniques de mise en marché des offres d'hébergement
 - Connaître et pratiquer la mise en marché des hébergements
 - Connaître et pratiquer le développement des marchés de l'hébergement
 - Concevoir et mettre en œuvre le revenue management
- Assurer la présence digitale de l'entreprise dans les canaux de communication et de vente
 - Connaître et utiliser les stratégies et techniques digitales dans le tourisme
 - Connaître et utiliser les stratégies et techniques digitales du marketing mobile
 - Maîtriser les stratégies et techniques de digitalisation du parcours-client
- Auditer et/ou Créer en autonomie une activité touristique ou d'hébergement
 - Auditer un projet touristique
 - Auditer un hébergement
 - Monter un business Plan
- Compétences transversales
 - Connaître et pratiquer les bases de l'anglais des affaires
 - Connaître et utiliser les fonctions de base d'un tableur
 - Connaître et utiliser les fonctions de base des logiciels de traitement graphique

✓ ADMISSION

➤ Votre profil

Vous êtes titulaire d'un Bac+3, Bac+4 ou équivalent : maîtrise des fondamentaux du management requise

➤ Comment candidater ?

La sélection des candidats est réalisée sur dossier en M1.

Vous devez candidater ici : à partir de mars 2018

La présentation d'un Score-IAE Message de moins de 2 ans est obligatoire.

Un entretien en français et en anglais sera réalisé.

 PROGRAMME

● obligatoire ■ à choix

> Semestre 1

> Etudes et recherche ●

- Etudes qualitatives
- Méthodologie de la recherche

> Hospitality management ●

- Hospitality management

> Management des hébergements et destinations ●

- Management des hébergements et destinations

> Management des services ●

- Décisions financières
- Management/organisation

> Unités transversales ●

- Langue vivante étrangère : Anglais
- Maîtrise du tableur

> Semestre 2

> Applications professionnelles ●

- Mémoire de recherche
- MSP (Mise en situation professionnelle)
- Stage (10 semaines minimum)

> Développement des destinations touristiques ●

- Développement des destinations touristiques

> Etudes et marketing ●

- Etudes quantitatives
- Marketing et innovation dans les services

> Marketing digital ●

- Audit digital et e-réputation
- Stratégie marketing digital

> Unités transversales ●

- Langue vivante étrangère : Anglais
- Maîtrise des outils de traitement graphique

> Semestre 3

> Environnement institutionnel du tourisme et de l'hébergement ●

- Environnement institutionnel du tourisme et de l'hébergement

> Hospitality management ●

- Hospitality Management

> Marketing digital du tourisme ●

- Digitalisation du point de vente
- M-Marketing et internet des objets

- > **Stratégies des destinations touristiques** ●
 - Stratégies des destinations touristiques
- > **Unités transversales 1** ●
 - Langue vivante étrangère : Anglais
- > **Unités transversales 2** ●
 - Maîtrise du tableur
- > **Semestre 4**
- > **Développer les marchés** ●
 - Développer les marchés
- > **Entrepreneuriat** ●
 - Entrepreneuriat
- > **Marketing digital du tourisme** ●
 - Marketing digital du tourisme
- > **Mémoire professionnel et soutenance** ●
 - Mémoire professionnel et soutenance
 - Mémoire professionnel et soutenance (classique)
 - Pratique professionnelle
 - Stage (classique)
- > **Unités transversales 1** ●
 - Langue vivante étrangère : Anglais
- > **Unités transversales 2** ●
 - Maîtrise des outils de traitement graphique
- > **Interaction avec le monde professionnel**

Les professionnels représentent environ la moitié des intervenants de la formation en master 2 et plusieurs sont d'anciens étudiants de la formation à des postes de haut niveau.

ET APRÈS

- > **Poursuite d'études**
 - [Doctorat](#)
- > **Secteurs d'activité**
 - Gestion, management des entreprises, comptabilité
 - Relations internationales
 - Tourisme
- > **Métiers**
 - Analyste, Revenue manager
 - Assistant de directeur d'hôtel (HPA, resort...)
 - Assistant RH
 - Consultant hôtellerie/tourisme
 - Contrôleur de gestion
 - Responsable restauration (Food and Beverage)
 - Responsable séminaires et banquets, événementiel
 - Webmarketeur, Community manager

Informations présentées sous réserve de modifications

fichier généré le 24 janvier 2018 16h50min