

INSTITUT SUPÉRIEUR DU TOURISME, DE L'HÔTELLERIE ET DE L'ALIMENTATION

LICENCE 3

Management et Ingénierie du Tourisme (MIT)

CONTENU DE LA FORMATION | 2021 - 2026



ISTHIA, TOULOUSE SCHOOL OF TOURISM, HOSPITALITY MANAGEMENT AND FOOD STUDIES

SOMMAIRE

Semestre 5 (275 heures)

- **UE 501** | Matières fondamentales de management _____ p.3
- **UE 502** | Environnement touristique et techniques sectorielles _____ p.3
- **UE 503** | Fondements disciplinaires du tourisme _____ p.3
- **UE 504** | Management stratégique des structures touristiques _____ p.4
- **UE 505** | Accompagnement de projet _____ p.5
- **UE 506** | Anglais _____ p.5

Semestre 6 (275 heures)

- **UE 601** | Matières fondamentales de gestion _____ p.6
- **UE 602** | Techniques de production et de commercialisation touristique _____ p.6
- **UE 603** | Outils de diagnostic touristique _____ p.7
- **UE 604** | Communication professionnelle _____ p.7
- **UE 605** | Accompagnement de projet _____ p.8
- **UE 606** | Gestion des outils numériques _____ p.8
- **UE 607** | Stage (8 semaines minimum) _____ p.8



SEMESTRE 5

UE 501 | Matières fondamentales du management - 50h

Le contenu de cette UE permet de reprendre ou aborder les connaissances fondamentales des matières nécessaires à la réalisation de stratégies de management.

- **Fondements du marketing (25h)**

L'objectif de ce module est d'étudier les grands axes transversaux au thème du marketing : analyse de l'offre et de la demande, comportement du consommateur, marketing opérationnel, marketing mix, et approche marketing des activités liées au tourisme.

- **Comptabilité et gestion de l'exploitation (25h)**

Il s'agit d'appréhender à travers ce module, la dimension financière de l'entreprise touristique et hôtelière, mais aussi les outils d'évaluation de sa performance. Les aspects abordés concernent notamment un rappel du bilan et du compte de résultat, les soldes intermédiaires de gestion, la capacité d'autofinancement, le bilan fonctionnel et l'analyse par les ratios.

UE 502 | Environnement touristique et techniques sectorielles - 50h

Le contenu de cette UE permet de reprendre ou aborder les connaissances fondamentales des matières nécessaires à la réalisation de stratégies de management

- **Acteurs et fonctionnement du secteur touristique (20h)**

Il s'agit ici de permettre l'acquisition d'une solide connaissance du secteur du tourisme et de son système de fonctionnement, à travers quelques axes comme les acteurs mondiaux, européens et français, les producteurs, les distributeurs et les prestataires, sans oublier les milieux institutionnels, associatifs et commerciaux.

L'objectif est d'effectuer un état des lieux, de mettre en lumière les stratégies et d'avoir une vision prospective.

- **Montage de projet touristique (20h)**

Il s'agit dans cet enseignement de comprendre les relations qui existent entre tourisme et développement. Dans cette perspective, ce travail prend appui sur l'évolution du tourisme en France et propose un décryptage de projets touristiques menés sur plusieurs territoires et à différentes échelles. Cet apprentissage servira de socle pour construire, en master, méthodes, outils et éléments de stratégies.

Objectifs :

- Renforcer la connaissance du secteur du tourisme
- Proposer une appréhension des premiers outils spécifiques au montage de projet touristique
- Fournir des connaissances pouvant enrichir l'approche professionnelle

Bibliographie indicative :

- Merlin P. (2006), *Le tourisme en France. Enjeux et aménagements*, coll. Carrefours, Ellipses, Paris, 159 p.
- Stock M. (dir.) (2003), *Le tourisme, acteurs, lieux et enjeux*, coll. Géographie, Belin Sup., éd. Belin, 304 p.
- Vlès V. (2006), *Politiques publiques d'aménagement touristique. Objectifs, méthodes, effets, Le territoire et ses acteurs*, Presses Universitaires de Bordeaux, Pessac, 483 p.

- **Montage de produit touristique (10h)**

À travers ce module, les étudiants doivent être capables de concevoir un programme touristique avec toutes les compétences professionnelles nécessaires, de le budgétiser et d'analyser les stratégies. Divers aspects seront étudiés : programmes schématiques, tableaux récapitulatifs des prestations, cahiers des charges, législations spécifiques, etc.

Cet enseignement s'appuiera sur la réalisation de forfaits en France.

UE 503 | Fondements disciplinaires du tourisme - 50h

Il s'agit, dans cette UE, d'aborder les matières susceptibles d'influencer en profondeur l'évolution du secteur touristique.

- **Géographie et aménagement touristiques (25h)**

Ce module permet l'acquisition d'éléments de définition et des spécificités de la géographie du tourisme. Plusieurs thèmes sont

abordés, tels que les facteurs de développement du tourisme (approche historique, approche socio-spatiale, approche quantitative), l'approche systémique appliquée au tourisme et le lien entre tourisme et aménagement paysager (en milieu urbain, littoral). Ces enseignements proposent également une introduction aux principales notions relatives à l'aménagement touristique, au tourisme dans les politiques d'aménagement du territoire, aux principaux types d'espaces touristiques, à la notion de station touristique mais aussi à celle de l'espace touristique et de l'aménagement au produit.

Bibliographie indicative :

- ▶ Cazes G., (1992), *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, Paris, Bréal.
- ▶ Delaplace M. et Gravari-Barbas M., (2016), *Nouveaux territoires touristiques. Invention, reconfigurations, repositionnements*, Québec, Presses universitaires du Québec.
- ▶ Duhamel Ph., (2013), *Le tourisme, lectures géographiques*, Paris, La Documentation française, coll. La documentation photographique.
- ▶ Pitte J.-R., (2001), *Histoire du paysage français*, Paris, Taillandier.
- ▶ Bailly A., (2014), *Géographie du bien-être*, Paris, Anthropos-Economica (1^{re} éd. PUF, 1981).

• Économie du tourisme (25h)

Ce cours a pour objectif d'introduire l'analyse économique du tourisme, d'en présenter les fondements, les principaux courants traditionnels ou émergents. Il doit aussi envisager les évolutions et mutations du Tourisme.

Bibliographie indicative :

- ▶ Altinay L., Okumus F. et al. (2019), *Strategic Management for Hospitality and Tourism*, Routledge, Londres, 356 p.
- ▶ Boluk K. et Cavaliere C. (2021), *Activating Critical Thinking to Advance the Sustainable Development Goals in Tourism Systems*, Routledge, Londres, 259 p.
- ▶ Duxbury N. (2021), *Cultural Sustainability, Tourism and Development: Rearticulations in Tourism Contexts*, Routledge, Londres, 232 p.
- ▶ Evans N. (2019), *Strategic Management for Tourism, Hospitality and Events*, Routledge, Londres, 814 p.
- ▶ Ghaderi Z. (Sous la direction de), Paraskevas A. (Sous la direction de) (2021), *Organizational Learning in Tourism and Hospitality Crisis Management*, De Gruyter, Berlin, 250 p.
- ▶ Vogel H. (2021), *Travel Industry Economics: A Guide for Financial Analysis*, Springer Nature, Cham, 240 p.

UE 504 | Management des structures touristiques - 50h

L'objectif premier de cette UE est l'acquisition des connaissances et des compétences complémentaires aux matières fondamentales, plus particulièrement tournées vers le management opérationnel.

• Sociologie et anthropologie du tourisme (20h)

Cet enseignement a pour objectif d'initier les étudiants aux sciences sociales appliquées au tourisme, à travers des grilles de lecture tant conceptuelles qu'opérationnelles.

Dans son contenu, l'UE débute par une présentation générale de la sociologie, du touriste et du tourisme. Est traitée, sous une approche socio-historique, l'évolution du phénomène touristique de sa genèse à nos jours. Nous faisons ensuite connaissance avec les divers "types" de touristes/voyageurs et nous attelons, par la suite, à la compréhension de ces catégories. Nous finissons par la compréhension des raisons et les motivations au voyage en mobilisant des concepts tels que la socialisation au voyage et l'imaginaire touristique.

Bibliographie indicative :

- ▶ Amirou R. (2012), *L'imaginaire touristique*. Paris, CNRS éditions
- ▶ Cousin S. et Réau B. (2009), *Sociologie du tourisme*. Repères Sociologie 535. Paris, la Découverte
- ▶ Urbain J.-D. (2018), *L'envie du monde*. 2^{ème} édition revue et augmentée. Paris, Editions Bréal
- ▶ Urbain J.-D. (2002), *L'idiot du voyage : histoires de touristes*. 3^{ème} édition. Paris, Petite bibliothèque Payot 166

• Sociologie des organisations et management (30h)**Sociologie des organisations :**

Plusieurs thèmes fondamentaux sont abordés, dont notamment :

- les formes d'organisation rationnelles du travail,
- les principes du taylorisme,
- Henri Fayol,
- le courant des relations humaines,
- les expériences d'Elton Mayo,
- les théories du besoin,

- l'étude des groupes et l'analyse stratégique,
- les jeux d'acteurs dans les organisations bureaucratiques,
- les concepts clés structure formelle/structure informelle de l'organisation,
- l'impact de ces formes d'organisation sur les salariés, leur santé, leur motivation, leur satisfaction,
- des exemples de situations en entreprises, et des outils d'analyse,
- la construction de l'autorité,
- le développement d'un management situationnel.

Les objectifs sont aussi d'aborder de manière plus professionnelle les techniques de gestion des ressources humaines.

Management :

Cet enseignement a pour but d'aborder les notions suivantes tant dans leurs dimensions théoriques que managériales avec des applications au secteur tourisme : Identifier les nouveaux enjeux managériaux des organisations touristiques

- Savoir identifier les axes de progrès des organisations. Piloter les organisations touristiques : aborder la notion de performance (élargie) et de tableau de bord (utilisation d'excel), différencier pilotage stratégique et gestion par les ratios, maîtriser certains outils stratégiques (balancedscorecard, méthode des scénarios...)
- Accompagner le changement (méthodologies, outils...) ; aborder la question de la transformation digitale des entreprises touristiques et des implications en terme de management (compétences...)
- Le Management opérationnel : management de proximité dans les organisations touristiques, gérer les ressources humaines en hôtellerie-restauration, manager une équipe et (co)construire la décision.

Bibliographie indicative :

- Clergeau C., Glasberg O., Violier P., (2014), *Management des entreprises du Tourisme*, Dunod
- Plane J.-M. (2019), *Management des organisations*, Dunod
- Duzert A. (2018), *La transformation digitale des entreprises*, La Découverte

UE 505 | Accompagnement de projets et professionnalisation - 50h

L'objectif est de confronter les étudiants au monde professionnel et permettre de mettre en application leurs connaissances et leurs compétences.

• Méthodologie et atelier terrain (40h)

L'exercice proposé consiste à opérationnaliser et à mettre en situation les connaissances acquises durant la formation. L'atelier a pour objectif, à partir d'une commande ou d'un cahier des charges, de confronter l'étudiant à une problématique de terrain et de mettre en place des axes de proposition. Le travail porte sur la réalisation de diagnostics, l'analyse d'une problématique appliquée et l'élaboration d'enquêtes débouche sur une restitution orale, devant un public averti d'universitaires et de professionnels.

• TOI et préparation au stage (10h)

Cet enseignement a pour objectif de favoriser et de suivre les projets individuels des étudiants afin de les préparer au stage.

UE 506 | Langue vivante 1 - 25h

L'objectif de cette UE est la maîtrise de l'anglais à l'écrit comme à l'oral.

• Anglais (25h)

Les objectifs sont de comprendre une production écrite et de savoir formuler, oralement et sous une forme écrite, ses réactions face à un support écrit ou oral, ainsi que de parvenir à s'exprimer avec aisance, au quotidien et dans la vie professionnelle. Une attention particulière est portée à la correction linguistique et à la spécificité lexicale, dans un contexte de communication interculturelle. Différents supports seront sollicités : textes extraits de la presse, documents utilisés dans l'industrie du tourisme et documents repérés sur Internet, portant sur des domaines tels que le monde du travail, le marketing (notions de base, terminologie, etc.) et le tourisme.

Bibliographie indicative :

- *Dictionnaire Le Robert et Collins* (2020).
- Larreya P., Riviere C. (2019), *Grammaire explicative de l'anglais*, 5^{ème} édition, Pearson, 464 p.
- Rouanet-Laplace J. (2015), *Les mots-clés du tourisme et de l'hôtellerie*, Editions Bréal, coll. Lexipro, 190 p.

SEMESTRE 6

UE 601 | Matières fondamentales du management - 50h

L'objectif est de reprendre ou d'aborder les connaissances fondamentales des matières nécessaires à la réalisation de stratégies de management.

• **Droit** (25h)

Il s'agit de présenter la discipline du droit, applicable aux activités touristiques, notamment les règles spécifiques et les règles générales applicables au tourisme. Les applications au tourisme du droit commercial sont également étudiées (la réglementation générale applicable aux activités liées au tourisme) :

- applications concernant la qualité et le statut de commerçant,
- le registre du commerce et des sociétés,
- la mise en œuvre et l'exploitation des activités touristiques : les agences de voyages (champ d'application de la vente de voyages et conditions de mise en œuvre de l'activité).

• **Analyse et gestion financières** (25h)

Il s'agit d'aborder les différents volets de l'analyse financière :

- analyser l'activité (les ventes),
- analyser la rentabilité,
- analyser les capitaux investis : immobilisations et besoin en fonds de roulement (BFR),
- analyser le financement : capitaux propres et dettes financières.

Ces enseignements proposent une étude des principaux ratios de performance économique et relatifs au financement, en abordant les points suivants :

- cerner l'importance de la trésorerie : la pérennité d'entreprise,
- les crises de trésorerie issues du BFR et du FR,
- suivre l'évolution de la trésorerie à partir du tableau de flux,
- l'analyse financière de situations de crises de trésorerie,
- l'importance des critères de rentabilité,
- évaluer les flux de trésorerie d'investissement, d'exploitation,
- le choix du taux d'actualisation en fonction du niveau de risque,
- interpréter les critères de rentabilité : le délai de récupération,
- la valeur actualisée nette, le taux de rentabilité interne et l'indice de profitabilité.

Bibliographie indicative :

- E.Plot-Vicard et M.Deck-Micho, (2016), *Analyse Financière*. Edition Vuibert
- C.Thibierge (2016), *Analyse Financière*. Edition Vuibert 6^{ème} édition

UE 602 | Techniques de production et de commercialisation touristique - 50h

L'objectif de cette UE est de donner aux étudiants les compétences professionnelles qui leur permettront d'être rapidement opérationnels dans la création et la distribution de produits touristiques.

• **Techniques de production et de mise en marché touristique et hôtelière** (30h)

Après l'acquisition des bases techniques au premier semestre, il s'agit de réaliser des produits sur des destinations différentes, afin de connaître au maximum les spécificités des différents produits et clientèles, mais aussi circuits de distribution différenciés.

Cet enseignement s'appuiera sur la création de forfaits touristiques à l'international, avec des diagnostics sur les types de tourisme, les différents produits et les stratégies de mise en marché.

• **Informatique professionnelle** (20h)

Ce module propose des éléments de formation en informatique appliquée, sur GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM (connaissance et utilisation des logiciels de réservation touristique Amadeus), avec un rappel des techniques de vente. Quelques thèmes sont spécifiquement abordés, dont :

- le tourisme et les technologies de l'information et de la communication,
- le perfectionnement des outils multimédias, avec pratique de création de site internet.

UE 603 | Outils de diagnostic touristique - 50h

L'objectif est de donner aux étudiants les outils qui permettent d'analyser et de diagnostiquer les potentialités touristiques des territoires, d'établir des stratégies de développement.

• Statistiques descriptives et analyse des données (25h)

Il s'agit d'apprendre à décrire et analyser des populations et mettre en évidence des variations latentes, en identifier les sous-populations, acquérir les techniques, les méthodes et les approches analytiques permettant d'insérer la statistique dans une démarche d'aide à la décision.

• Ingénierie et méthodologie touristiques (25h)

Ce cours a pour objectif de définir l'ingénierie du tourisme, d'en étudier les fondements, d'en identifier les mutations, enjeux et perspectives. On posera dans ce cours les fondements de l'analyse systémique, de l'analyse de processus, de l'analyse modulaire des systèmes, de l'analyse de la valeur, du design thinking, du design management. Le cours introduira également l'ingénierie territoriale.

Bibliographie indicative :

- ▶ Abreu A.et Liberato D., (2021), *Advances in Tourism, Technology and Systems: Proceedings of Icotts 2020*, Springer Verlag, Singapore, 639 p.
- ▶ Carvalho L., Calisto L.et al. (2019), *Strategic Business Models to Support Demand, Supply, and Destination Management in the Tourism and Hospitality Industry*, IGI Global, Hershey, 350 pages
- ▶ Chung W., (2019), *The Praxis of Product Design in Collaboration with Engineering Springer*, New York, 128 p.
- ▶ Jack H., (2021), *Engineering Design, Planning, and Management*, Academic Press Inc, Amsterdam, 544 p.
- ▶ Mager B. et De Leon N., (2021), *The Service Design Handbook: An Introduction to the Most Important Principles, Processes, and Tools*, John Wiley & Sons Inc, Hoboken, 256 p.
- ▶ Nieto-Rodriguez A., (2021), *The Harvard Business Review Project Management Handbook: How to Launch, Lead, and Sponsor Successful Projects*, Harvard Business Review Press, Brighton, 256 p.
- ▶ Salama M., (2021), *Event Project Management : Principles, technology and innovation*, Goodfellow Publishers Limited, Oxford, 198 p.

UE 604 | Communication professionnelle - 50h

L'objectif de cette UE est de connaître et de parvenir à diagnostiquer les stratégies de communication, mais aussi d'être capable d'établir un plan de communication en français et en anglais.

• Anglais professionnel (30h)

Il s'agit d'améliorer la pratique de l'anglais, à l'oral et l'écrit en situation professionnelle, plus particulièrement appliqué au secteur du tourisme.

• Communication touristique (20h)

L'enjeu est ici de prendre connaissance :

- des objectifs et des problématiques des acteurs professionnels et des acteurs institutionnels,
- des complémentarités et des différences,
- des outils de la communication (typologie, avantages et inconvénients, complémentarités),
- des méthodes et stratégies de communication : le plan de communication,
- des évaluations des actions de communication,
- de l'optimisation et de l'approche réglementaire,
- de la communication des collectivités territoriales et des institutionnels du tourisme : concurrence ou complémentarité.

Bibliographie indicative :

- ▶ Perroy F., Frustier P., (2005), *La communication touristique des collectivités territoriales*, coll. Dossier d'Experts, n° 247, 175 p.
- ▶ Tritz C., (2003), *L'image des destinations touristiques : la construction d'un espace imaginaire*, revue Espaces- Tourisme et loisirs, 7 p.
- ▶ Viallon P., Boyer M., (1994), *La communication touristique*, coll. PUF, Que sais-je ?, 127 p.

UE 605 | Accompagnement de projets et professionnalisation - 40h

Les objectifs sont les mêmes que ceux de l'UE 505 : **Méthodologie et atelier terrain (40 h)** - Suite de l'UE 505.

UE 606 | Gestion des outils numériques - 25h

- **TIC et TICE (25h)**

L'objectif est d'améliorer les compétences numériques des étudiants en complément de l'informatique professionnelle. Ces outils sont appelés à s'adapter aux besoins et tendances du moment, et donc de comprendre l'évolution des usages des TIC dans l'activité touristique

Il s'agit aussi de comprendre la question de l'information et de l'open Data, l'enjeu de la production et de la diffusion de l'information touristique et de la performance sur le web. Cela se traduit par la mise en application des outils bureautiques et le traitement de tableaux de bord comme outils d'aide à la décision.

UE 607 | Stage et TOI - 10h

En plus des entretiens individuels en lien avec les projets professionnels des étudiants, l'objectif est de faire une évaluation sommative du stage.

Cette évaluation est effectuée par le responsable pédagogique accompagné d'un ou deux enseignants de la formation.

Avant le stage, une préparation est effectuée à l'aide d'un suivi personnalisé en adéquation avec les souhaits professionnels des étudiants. Après le stage, une note est donnée à partir d'une grille remplie par le tuteur de la structure accueillante.



INSTITUT SUPÉRIEUR DU TOURISME, DE L'HÔTELLERIE ET DE L'ALIMENTATION

Modes de la formation

Cette formation peut être suivie :

- En formation initiale et continue sur le campus du Mirail (Toulouse)
- En formation initiale et continue sur le campus de la Taylor's University (Kuala Lumpur - Malaisie)

Contacts

L'équipe pédagogique qui dispense les enseignements est composée d'enseignants-chercheurs de l'Université Toulouse - Jean Jaurès, ainsi que de professionnels de haut niveau en poste dans diverses entreprises régionales et nationales.

- **Responsable de la formation :**
Stéphanie Bensalem, Enseignante
- **Gestionnaire de scolarité :** isthia.toulouse@univ-tlse2.fr

Pour consulter le programme détaillé de cette formation, connaître les modalités d'admission et retirer un dossier de candidature, consultez le site : www.isthia.fr



Possibilité d'échanges ERASMUS à Barcelone, Gérone et Santander (Espagne).



Possibilité d'effectuer cette Licence à la Taylor's University de Kuala Lumpur (Malaisie)

Édition septembre 2024

Campus de Toulouse

5, allées Antonio Machado
31 058 TOULOUSE cedex 09
Tél : +33 (0) 5 61 50 42 30
isthia.toulouse@univ-tlse2.fr

Campus de Foix

4, rue Raoul Lafayette
09 000 FOIX
Tél : +33 (0) 5 61 02 19 74
isthia.foix@univ-tlse2.fr

Campus de Cahors

273, avenue Henri Martin
46 000 CAHORS
Tél : +33 (0) 5 65 23 46 04
isthia.cahors@univ-tlse2.fr