

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

## MASTER

# Tourisme et Développement (TD)

CONTENU DE LA FORMATION | 2021 - 2026



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

## SOMMAIRE

### Semestre 7 (200 heures)

- UE 701 | Économie du tourisme ..... p.3
- UE 702 | Géographie, aménagement et sociologie du tourisme ..... p.3
- UE 703 | Anglais ..... p.4
- UE 704 | Initiation à la recherche - Méthodologie ..... p.4
- UE 705 | Atelier terrain - Insertion professionnelle ..... p.5
- UE 706 | Espagnol/Allemand/FLE ..... p.5

### Semestre 8 (200 heures)

- UE 801 | Mémoire et Stage (12 semaines minimum) ..... p.6
- UE 802 | Techniques et méthodes en développement touristique ..... p.6
- UE 803 | Gestion de l'entreprise touristique ..... p.7
- UE 804 | Initiation aux outils de recherche appliquée ..... p.8
- UE 805 | Atelier terrain - Compétences professionnelles ..... p.8
- UE 806 | Anglais et Espagnol/Allemand/FLE ..... p.8

### Semestre 9 (250 heures)

- UE 901 | Écotourisme, patrimoine et mondialisation : regards croisés ..... p.9
- UE 902 | Expertise et approche territoriale du tourisme ..... p.10
- UE 903 | Programmation et gouvernance du tourisme ..... p.11
- UE 904 | Mémoire et outils de recherche appliquée ..... p.11
- UE 905 | Professionnalisation : applications sectorielles,  
communication touristique ..... p.12
- UE 906 | Marketing et attractivité territoriale ..... p.12

### Semestre 10 (75 heures)

- UE 1001 | Mémoire et Stage (24 semaines minimum) ..... p.13
- UE 1002 | Montage de projet touristique et séminaires professionnels ..... p.13
- UE 1003 | Conférences et recherche appliquée ..... p.13
- UE 1004 | Jeu d'entreprise - Pratiques d'experts ..... p.13

## SEMESTRE 7

### UE 701 | Économie et droit du tourisme - 40h

L'UE a pour objectif d'apporter une approche pratique du tourisme à travers les notions fondamentales de l'économie et du droit. L'UE s'articule autour de 2 types d'enseignements :

#### • Économie du tourisme (20h)

Cet enseignement se focalisera sur les éléments économiques du tourisme et du développement. Cet enseignement posera les fondements de l'économie d'entreprise, d'organisation et du développement touristique. Il examinera les thèmes émergents et étudiera les nouvelles politiques d'entreprises et de développement.

##### *Bibliographie indicative :*

- Goodwin H. (2021), *Tourism and Local Economic Development*, Goodfellow Publishers Limited, 505p.
- Harju-Mylyaho A. & Salla J. (2021), *Inclusive Tourism Futures*, Channel View Publications, Bristol, 168p.
- Sabourin V. (2021), *Strategic Management for Hospitality and Tourism Industry: Developing a Competitive Advantage*, Apple Academic Press Inc., Palm Bay, 268p.
- Spenceley A. (2021), *Handbook for Sustainable Tourism Practitioners: The Essential Toolbox*, Edward Elgar Publishing Ltd, Cheltenham, 780p.
- Tajeddini K. (2019), *Tourism, Hospitality and Digital Transformation: Strategic Management Aspects (Innovation and Technology Horizons)*, Routledge, Londres, 250p.

#### • Droit du tourisme (20h)

Cet enseignement vise à montrer à travers quelles approches et sous quelles formes s'exprime la saisie du patrimoine naturel par le droit. Sont ainsi étudiés les divers dispositifs institutionnels, législatifs et réglementaires mis en œuvre aux niveaux national, régional et international, qui contribuent à la protection et la valorisation touristique du patrimoine naturel dans une perspective de développement durable des territoires. Sous un angle opérationnel, cette étude permet également de sensibiliser les étudiants aux nombreuses contraintes urbanistiques et environnementales auxquelles sont confrontés les porteurs de projets touristiques.

##### *Bibliographie indicative :*

- Breton J.M. (2016), *Droit et politique du tourisme*, éd. Dalloz
- Coulombie H. et Le Marchand C. (2009), *Droit du littoral et de la montagne*, éd. Litec
- Guillot P. (2017), *Droit du patrimoine culturel et naturel*, éd. Ellipses
- Merlin P. et Choay F. (2015), *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*, éd. PUF

### UE 702 | Géographie, aménagement et sociologie du tourisme - 60h

#### • Géographie du tourisme et aménagement du territoire (20h)

Géographie et aménagement sont au cœur de l'analyse du phénomène touristique. Ce cours permet de développer des cadres conceptuels nécessaires pour en saisir la complexité. En privilégiant l'échelle internationale, une approche sera proposée dans cet enseignement : l'identification des conditions d'une dynamique du développement basée sur le tourisme dans les ruralités des "Nords" comme celles des "Suds". Les grands principes exposés dans cet enseignement seront appuyés par des exemples puisés hors d'Europe.

##### *Bibliographie indicative :*

- Duhamel P. (2018), *Géographie du tourisme et des loisirs. Dynamiques, acteurs, territoires*, coll. U, Armand Colin, Paris, 288 p.
- Merlin P. (2006), *Le tourisme en France. Enjeux et aménagements*, coll. "Carrefours", Ellipses, Paris, 159 p.
- Sacareau I., Taunay B., Peyvel E. (dir.) (2015), *La mondialisation du tourisme. Les nouvelles frontières d'une pratique*, coll. Espace et Territoires, Presses Universitaires de Rennes, 260 p.
- Stock M., Coeffe V., Violier P., Duhamel P. (2020), *Les enjeux contemporains du tourisme. Une approche géographique*, coll. Didact Géographie, Presses Universitaires de Rennes, 500 p.
- Vlès V. (2006), *Politiques publiques d'aménagement touristique. Objectifs, méthodes, effets, Le territoire et ses acteurs*, Presses Universitaires de Bordeaux, Pessac, 483 p.

**• Géopolitique du tourisme (15h)**

La géopolitique du tourisme traite de processus complexes constitués de rivalités, conflits d'intérêts, d'usages ainsi que de réactions plus ou moins violentes, débouchant sur des situations de crises aux formes variées. Ces situations nécessitent, pour être appréhendées, des méthodes d'analyse, des approches scientifiques ainsi que des études de cas particuliers. Cette intervention s'articule autour des principaux éléments de définition, des fondements de la géopolitique, des principaux enjeux mondiaux en relation avec le tourisme ainsi que des grands axes de réflexion géopolitique du tourisme international (ressources stratégiques, conflits, terrorisme, environnement, migration, etc.).

**Bibliographie indicative :**

- ▶ Duhamel Ph. et Kadri B. (dir), (2011), *Tourisme et mondialisation*, Paris, Éditions Touristiques Européennes, hors-série Mondes du tourisme. Lacoste Y. (2006), *Géopolitique de la Méditerranée*, Armand Colin, Paris
- ▶ Hoerner J.-M. (2008), *Géopolitique du tourisme*, Armand Colin, Paris
- ▶ Laplante M. et Hillali M. (2018), *Le pillage du monde par l'Occident. La face cachée du capitalisme*, L'Harmattan, Paris
- ▶ Rosière S. (2003), *Géographie politique et géopolitique*, Ellipses, Paris, (2<sup>ème</sup> ed. 2007).

**• Sociologie du tourisme et du développement (25h)**

Cet enseignement a pour objectif de sensibiliser les étudiants aux transformations sociologiques du phénomène touristique. Il s'agit dans cette UE d'initier les étudiants aux sciences sociales appliquées au tourisme, à travers des grilles de lectures tant conceptuelles qu'opérationnelles. L'UE doit leur permettre de constituer un socle théorique indispensable afin d'appréhender le champ professionnel - du tourisme et du développement - à travers une meilleure compréhension de l'évolution de la société.

Dans son contenu, l'UE débute par une présentation approfondie des principes fondateurs de la sociologie générale. Il s'oriente ensuite vers l'identification sociologique du phénomène touristique, à travers l'analyse de la montée du temps libre et des transformations sociétales liées notamment à l'accroissement de la mobilité. Appréhendé comme une rupture avec l'ordre quotidien, le tourisme est enfin analysé à travers ses différentes fonctions de quête et de fuite, induisant de multiples problématiques culturelles et identitaires à l'échelle des territoires

**Bibliographie indicative :**

- ▶ Amirou R. (1995), *Imaginaire touristique et sociabilité du voyage*, PUF, coll. "le Sociologue", Paris
- ▶ Cousin S., Reau B. (2016), *Sociologie du tourisme*, Ed. La Découverte, Coll.repères
- ▶ Urbain J.-D. (1991), *L'idiote du voyage, histoires de touristes*, Plon
- ▶ Viard J. (directeur d'ouvrage) avec Potier F., Urbain J.D. (2002), *La France des temps libres et des vacances*, Ed. de l'Aube, DATAR

**UE 703 | Anglais - 25h**

Les cours d'anglais sont dispensés en LV1. Ils visent à l'amélioration des compétences fixées par le cadre européen des langues, notamment la compréhension et l'expression orale et écrite. Les enseignements s'appuient sur des supports divers (textes, films, documentaires, manuels) dont le contenu est en lien avec le tourisme et les projets de développement touristique, et abordé dans les perspectives civilisationnelle (cultures et pratiques du touriste du monde anglophone) et professionnelle (rédaction de CV, de lettres de motivation, mise en situation professionnelle).

**Bibliographie indicative :**

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

**UE 704 | Initiation à la recherche - Méthodologie**

**25h** (mutualisées avec le parcours TIC-ADTT)

L'UE a pour objectif d'initier les étudiants de master 1 à la démarche de recherche en sciences sociales afin de les conduire successivement à l'élaboration d'un mémoire de recherche (UE801) en fin de première année puis d'un mémoire professionnel en fin de deuxième année (UE1001). L'UE a pour objectif de sensibiliser l'étudiant à la recherche universitaire en formulant un projet de recherche associé à un projet professionnel.

Dans son contenu, l'UE débute par un enseignement théorique interrogeant le tourisme comme champ d'investigation et de recherche. Il traite ensuite des différentes étapes de la recherche en master, incluant le choix d'un thème, l'élaboration d'une question de départ, l'exploration approfondie (bibliographie et entretiens exploratoires), la construction d'une problématique et

d'un modèle d'analyse approprié. Il ouvre enfin, à travers l'enseignement de techniques d'enquêtes, sur un projet d'investigation probatoire ou empirique appelé terrain de recherche. L'UE comprend également la présentation des normes universitaires de présentation écrite du mémoire.

**Bibliographie indicative :**

- Béaud M. (1986), *L'Art de la thèse. Comment préparer et rédiger un mémoire de DEA ou de maîtrise ou tout autre travail universitaire*, La Découverte, "Repères", Paris, 156 p.
- Cislaru G., Claudel C., Vlad M. (2009), *L'écrit universitaire en pratique*, De Boeck Université, Bruxelles, 192 p.
- Marois C., Gumuchian H. (2000), *Initiation à la recherche en géographie : Aménagement, développement territorial, environnement*, Anthropos / Presses Universitaires de Montréal (PUM), Paris / Montréal, 425 p.
- Quivy R., Van Campenhoudt L. (1995), *Manuel de recherche en sciences sociales*, collection Psycho Sup, Dunod, 2<sup>ème</sup> édition, Paris, 290 p.
- Rouveyran J.C. (1999), *Le Guide de la thèse. Le Guide du mémoire : du projet à la soutenance*, Paris, Maisonneuve & Larose, 250 p.

## UE 705 | Atelier terrain-Insertion professionnelle

25h (dont 10h. mutualisées avec le parcours TIC-ADTT)

L'UE 705 est décomposé en 2 volets :

- Un volet atelier terrain ou atelier pédagogique.
  - Un volet préparation à la recherche de stage et à l'insertion professionnelle
- **Atelier terrain ou atelier pédagogique (15h)**  
L'objectif de l'atelier terrain est de traiter concrètement une problématique ou une commande d'un acteur qui opère dans les secteurs du tourisme ou du développement territorial. Ce travail est encadré par un cahier des charges et une rencontre avec un maître d'ouvrage et des acteurs socio-professionnels. L'atelier permet d'opérationnaliser les méthodes et connaissances acquises et de mettre les étudiants en situation, dans une obligation de réponse à des contraintes de délais et d'organisation du travail en équipe. La première phase de l'atelier consistera en une reformulation de la commande et une réflexion méthodologique. Des bilans d'avancement des travaux seront organisés ensuite avec l'équipe pédagogique et le commanditaire, avec une mise en commun des travaux des groupes. Ces séances d'encadrement méthodologique permettront aux enseignants de faire un retour aux étudiants sur leur production, en leurs signifiant les ajustements et les approfondissements nécessaires. Le sujet de l'atelier est relié aux enseignements proposés dans ce Master.
  - **Préparation recherche de stage et insertion professionnelle (10h mutualisées)**  
L'objectif de cet enseignement est à la fois d'aider l'étudiant dans sa démarche de recherche de stage et de lui faire prendre conscience des enjeux de cet apprentissage dans la construction de son projet professionnel.  
Cette séquence s'articulera autour de plusieurs thèmes :
    - Outils et méthodes de recherche de stage,
    - Techniques rédactionnelles de curriculum vitae et de lettres de motivation,
    - Préparation du stage : recherches préalables, échanges pro-actifs sur la définition des missions et des méthodes de travail.

## UE 706 | Langue vivante 2 - 25h

- **Espagnol ou Allemand ou FLE**

Les cours d'espagnol, d'allemand et de FLE seront dispensés en LV2. Ils visent à l'amélioration des compétences fixées par le cadre européen des langues, notamment la compréhension et l'expression orales et écrites. L'enseignement d'espagnol s'appuie sur des supports divers (textes, films, documentaires, rapports, essais, manuels) dont le contenu est en lien avec le tourisme et les projets de développement touristique, et abordé dans les perspectives civilisationnelle (cultures et pratiques alimentaires du monde hispanophone, germanophone ou francophone) et professionnelle (rédaction de CV, de lettres de motivation, mise en situation professionnelle).





**SEMESTRE 8****UE 801 | Mémoire de recherche et stage**

Cette UE comprend la réalisation d'un mémoire de recherche d'une part, et la réalisation d'un stage de 12 semaines, d'autre part.

**• Mémoire d'initiation à la recherche**

Il témoigne, en première année de master, de l'aptitude de l'étudiant à mener une recherche universitaire autour d'une thématique, à s'approprier les cadres théoriques et les concepts liés à son questionnement. Il consiste à formuler une question de départ à partir d'un champ d'étude délimité, à réaliser une revue de littérature pour faire l'inventaire des connaissances disponibles et des outils déjà utilisés, à explorer cette question par des observations de terrain, des entretiens exploratoires, des entretiens d'experts etc., à construire une problématique, à choisir un cadre théorique et à mettre en place un appareil d'hypothèses susceptible d'appréhender la question choisie, à proposer une méthodologie probatoire, c'est-à-dire susceptible de vérifier les hypothèses.

Ce travail donne lieu à la rédaction d'un mémoire et à une soutenance.

**• Stage professionnel de 12 semaines**

Le stage se déroule après la soutenance du mémoire de Master 1 (il peut en être déconnecté). La démarche de recherche de stage par l'étudiant s'accompagne d'une conférence introductive assurée par le responsable des stages de l'ISTHIA associée à des rencontres collectives ou individuelles avec le responsable de formation ayant pour objectifs de connaître, comprendre et identifier les différentes structures d'accueil possibles pour les stages en lien avec les projets professionnels des étudiants. Un suivi est effectué pour chaque étudiant par le responsable de formation.

**UE 802 | Techniques et méthodes en développement touristique**

**75h** (dont 10h. mutualisées avec le parcours TIC-ADTT)

La construction d'un projet de développement touristique (de l'idée au programme et à la communication) se déroule en 4 phases bien distinctes : l'analyse de territoire touristique (Diagnostic touristique, gestion de projet), la définition d'une stratégie (UE 902), le montage d'un programme opérationnel (UE 903 et 1002), et la communication (UE 905). Dans ce processus d'ingénierie, les techniques et méthodes d'analyse de territoire touristique constituent la première étape (UE 805), incontournable, de tout projet de développement touristique territorial.

L'objectif de cette UE consiste à apprendre à lire et à comprendre un contexte politique et socio-économique local (couples produits/clients en tourisme), identifier les acteurs clés ainsi que les ressources à valoriser dans le développement touristique. Au final, les étudiants sauront analyser et hiérarchiser les faits observés en vue de la production d'une analyse synthétisée sous forme de diagnostic touristique partagé (négocié), spatialisé, structuré et argumenté. Le contenu de cette UE s'articule autour de 3 volets principaux :

**• Diagnostic touristique et gestion de projet (30h)**

Cet enseignement permettra d'amorcer les apprentissages sur la démarche stratégique à mener sur un territoire touristique. Seront traités : la question des échelles de l'analyse, les méthodes d'élaboration des diagnostics, de validation des résultats par les commanditaires du territoire, les formes de restitution / présentation des résultats pour passer à la formulation du projet. Les méthodes et outils permettant d'inscrire l'activité touristique dans les processus de développement durable des territoires seront également analysés dans le cadre de cet enseignement. L'atelier terrain développé dans le cadre des UE 701 et 801 (voir ci-dessus) sera relié aux enseignements de cette UE, comme cas d'application des méthodes exposées.

**• Organisation et valorisation des données TIC (20h)**

Les thèmes abordés sont : l'utilisation des systèmes d'information touristique, la maîtrise de la gestion des données dans le processus de développement territorial, la conduite d'une analyse territoriale en SIG : cartographie et représentations statistiques.

**• Gestion des ressources humaines (10h mutualisées)**

L'objectif de cet enseignement est de sensibiliser l'étudiant au rôle fondamental du manager dans la construction de la dynamique d'une équipe de travail, et de maîtriser les règles de base permettant de communiquer et créer un climat d'échange. Ce volet se déroulera à partir de mises en situation et jeux de rôle et traitera des points suivants :

- étapes de constitution d'une équipe,
- définition des rôles et fonctions au sein d'une équipe,
- techniques d'animation d'une équipe.

• **Séminaires socioprofessionnels en développement touristique** (15h)

Outre la prise de contact et les interventions des acteurs du secteur du développement, cette UE a également pour objectif d'accompagner les étudiants dans la préparation de leur projet professionnel. L'UE s'attachera par exemple à organiser des tables rondes thématiques de professionnels animées par les étudiants, des ateliers de réflexion sur les métiers du secteur (y compris sur l'émergence de nouveaux métiers) etc...

---

**UE 803 | Gestion de l'entreprise touristique**

**25h** (dont 12,5h mutualisées avec le parcours TIC-ADTT)

• **Marketing stratégique** (12,5h mutualisées)

Cette UE a pour but une meilleure compréhension du positionnement stratégique de l'entreprise touristique et de ses activités à travers des modèles d'analyse et de développement. Il s'agira d'identifier les principaux enjeux auquel doit faire face l'entreprise touristique, de synthétiser les principales approches théoriques issues de travaux récents sur la question ainsi que de mettre en perspective les pratiques des entreprises. L'apprenant doit être en mesure au terme de cette UE de distinguer une segmentation marketing et stratégique, mener à bien un diagnostic stratégique, identifier les principaux choix stratégiques et les conditions de mise en œuvre. Les stratégies concurrentielles et de "coopétition" seront notamment abordées. La démarche marketing sera traitée à travers l'analyse et la segmentation du marché, le positionnement des produits et des services de l'entreprise touristique.

*Objectifs :*

- Étudier les enjeux marketing stratégiques des organisations touristiques et des territoires,
- Rappeler les fondements du marketing des services,
- Étudier le parcours client et le marketing digital,
- Étudier les apports, limites du marketing expérientiel et sa mise en oeuvre (entreprises et territoires),
- Étudier les apports, imites du marketing territorial et sa mise en oeuvre.

*Contenus :*

- Les fondements du marketing, de sa démarche et enjeux actuels (digital...),
- La stratégie marketing en tourisme,
- L'expérience client et marketing experientiel,
- Le marketing territorial.

*Bibliographie indicative :*

- Chamard C. et al. (2014), *Marketing territorial, comment développer l'attractivité et l'hospitalité des territoires*, De Boeck
- Frochot I. et Legohérel P. (2018), *Marketing du tourisme, construire une stratégie efficace*, Dunod
- Gayet J. (2017), *Le nouveau marketing territorial : enjeux, pratiques, facteurs clés de succès et nouveaux modèles*, Corps et Âmes
- Kotler P. et al (traduction française sous la direction de J.M. Decaudin), (2016), *Marketing du tourisme et de l'accueil*, 6<sup>ème</sup> édition, Pearson,

• **Stratégie des organisations touristiques** (12,5h)

*Objectifs :*

- Étudier les enjeux stratégiques actuels des organisations touristiques,
- Réaliser un diagnostic stratégique en maîtrisant certains outils,
- Etudier les formes et les processus d'innovation,
- Exemples et applications d'organisations touristiques.

*Contenus :*

- De la stratégie au management stratégique : les fondements,
- Les grands courants théoriques,
- L'approche "Business model" et concept d'ESA (Ecosystème d'Affaires),
- De l'innovation technologique à l'innovation stratégique ; transformation digitale des organisations touristiques,
- Diagnostic stratégique : méthode et outils,
- Applications (festival international...).

*Bibliographie indicative :*

- Clergeau C. (2014), *Management des entreprises du tourisme - Stratégie et Organisation*, Dunod
- Garette B. et al (2019), *Strategor* (8<sup>ème</sup> édition), Dunod
- Johnson G. et al (2020), *Stratégique* (12<sup>ème</sup> édition), Pearson

## UE 804 | Initiation aux outils de la recherche

25h (dont 20h. mutualisées avec le parcours TIC-ADTT)

- **Études qualitatives** (10h mutualisées)

Il s'agit de comprendre l'utilité méthodologique de l'entretien de recherche en sciences sociales, de savoir manipuler et maîtriser cette technique par la réalisation d'enquête exploratoire de terrain, de savoir traiter et analyser le matériau collecté.

- **Études quantitatives** (15h dont 10h mutualisées)

Acquisition des compétences de productions (réalisation, administration, analyse) en parallèle de l'acquisition de connaissances sur les descriptions empiriques pour favoriser l'interprétation statistique des résultats adossée aux analyses sociologiques (démarche probatoire). Travail individuel et collectif d'analyse et d'interprétation de données quantitatives sur des études de cas et sur une enquête de terrain.

*Bibliographie indicative :*

- De Singly F. (1992), *L'enquête et ses méthodes : le questionnaire*, Paris, Nathan.
- Desrosières A. (1995), *Classer et mesurer : les deux faces de l'argument statistique*, Réseaux, 13, 71. pp. 11-29.
- Ghiglione R. et Matalon B. (1998), *Les enquêtes sociologiques. Théories et pratique*, Paris, Armand Colin.
- Paugam S. (dir), (2010), *L'enquête sociologique*, PUF.
- Salvador J. (1986), *L'ouvert et le fermé dans la pratique du questionnaire. Analyse comparative et spécificités de l'enquête par correspondance*, Revue française de sociologie, 27-2. pp. 301-316
- Verger D. (2009), *Rédiger un "bon" questionnaire : une variante de la quadrature du cercle ?* Courrier des statistiques, 126, janvier-avril 2009, pp. 33-37

## UE 805 | Atelier terrain - Insertion professionnelle

25h (dont 10h mutualisées avec le parcours TD)

Dans la continuité de l'UE 705, l'UE 805 positionnée au second semestre de M1 est décomposée en 2 volets :

1. Un volet atelier terrain,
2. Un volet insertion professionnelle.

- **Atelier terrain** (15h)

Cet enseignement se concentre sur le diagnostic et les préconisations opérationnelles. Le rendu final fera l'objet d'une présentation à un commanditaire en situation professionnelle. Dans certains cas, les travaux des étudiants pourront faire l'objet d'études ultérieures et donneront lieu à des stages en lien avec la problématique traitée.

- **Insertion et projet professionnels** (10h mutualisées)

Cours de M2 (insertion professionnelle) reporté en M1

## UE 806 | Langue vivante 1 et 2 - 50h

- **Anglais** (25h)

Les cours d'anglais sont dispensés en LV1. Ils visent à l'amélioration des compétences fixées par le cadre européen des langues, notamment ce semestre la compréhension et l'expression orales. Les enseignements s'appuient sur des supports divers (textes, films, documentaires, manuels) dont le contenu est en lien avec l'univers du tourisme et du développement touristique et abordé dans les perspectives civilisationnelle (cultures et pratiques alimentaires du monde anglophone) et professionnelle.

- **Espagnol ou Allemand ou FLE** (25h)

Les cours d'espagnol, d'allemand ou de FLE sont dispensés en LV2. Ils visent à l'amélioration des compétences fixées par le cadre européen des langues, notamment la compréhension et l'expression orale et écrite. En espagnol, le cours s'appuie sur des supports divers (textes, films, documentaires, manuels...) dont le contenu est en lien avec l'univers du tourisme et du développement touristique, principalement abordés dans la perspective professionnelle (mise en situation professionnelle : entretien d'embauche et création d'entreprise).



## SEMESTRE 9

**UE 901 | Ecotourisme, patrimoine et mondialisation : regards croisés - 75h**

Le tourisme est de plus en plus utilisé comme un outil majeur de développement des territoires. Aujourd'hui, en raison des stratégies accrues de mobilités, le phénomène touristique s'inscrit dans un espace mondialisé ou la géopolitique, les différentes cultures et la diversité des patrimoines en constituent le socle mais aussi ses fragilités. Dans une approche territoriale de développement et dans une perspective de soutenabilité, l'activité touristique doit interroger séparément et ensemble les enjeux autour de l'écodéveloppement (et en particulier l'écotourisme) et de la mondialisation au travers notamment de la relation visiteur-visité et les stratégies de préservation et de valorisation des patrimoines. Cette UE associée à l'UE 1002, a pour ambition de croiser les regards disciplinaires et professionnels sur la thématique de l'écotourisme, du patrimoine et de la mondialisation. Au regard d'un environnement mondialisé, cette UE a pour objectif d'interroger les préoccupations écologiques et la valorisation des patrimoines comme autant d'atouts mais aussi de fragilités pour une activité touristique facteur de développement.

*Objectifs majeurs de l'UE :*

- Définir à partir d'approches disciplinaires, les concepts d'écodéveloppement, de mondialisation et de patrimoines
- Intégrer ces trois concepts dans une approche territoriale de développement par le tourisme
- Construire les grands enjeux stratégiques de l'activité touristique à partir de ces concepts
- Maîtriser les outils juridiques et des sciences de gestion dans le cadre d'un développement soutenable

**• Géopolitique et tourisme (10h)**

La géopolitique du tourisme traite de processus complexes constitués de rivalités, conflits d'intérêts, d'usages ainsi que de réactions plus ou moins violentes, débouchant sur des situations de crises aux formes variées. Ces situations nécessitent, pour être appréhendées, des méthodes d'analyse, des approches scientifiques ainsi que des études de cas particuliers. Cette intervention s'articule autour des principaux éléments de définition, des fondements de la géopolitique, des principaux enjeux mondiaux en relation avec le tourisme ainsi que des grands axes de réflexion géopolitique du tourisme international (ressources stratégiques, conflits, terrorisme, environnement, migration, etc.).

*Bibliographie indicative :*

- ▶ Duhamel P. et Kadri B. (dir.), (2011), *Tourisme et mondialisation*, Paris, *Éditions Touristiques Européennes*, hors-série Mondes du tourisme. Lacoste Y. (2006), *Géopolitique de la Méditerranée*, Armand Colin, Paris
- ▶ Laplante M. et Hillali M. (2018), *Le pillage du monde par l'Occident. La face cachée du capitalisme*, L'Harmattan, Paris
- ▶ Hoerner J.-M. (2008), *Géopolitique du tourisme*, Armand Colin, Paris
- ▶ Rosière S. (2003), *Géographie politique et géopolitique*, Ellipses, Paris, (2<sup>ème</sup> ed. 2007).

**• Sociologie du patrimoine (10h)**

Cet enseignement a ainsi pour objectif de sensibiliser les étudiants aux divers enjeux de la patrimonialisation au regard de l'évolution de nos sociétés contemporaines. Il a pour ambition d'analyser le patrimoine tant comme un construit social qu'une ressource pour l'action locale. L'enseignement propose un cadrage général sur les notions de patrimoines (matériel / immatériel), sur les systèmes et stratégies d'acteurs mobilisés, sur les processus de préservation et valorisation existant tout en pointant les limites et les problématiques inhérentes aux dynamiques de patrimonialisation. L'intervention s'appuiera sur des exemples et études de cas mobilisant une diversité de patrimoines, de territoires, d'acteurs et de stratégies de valorisation touristiques.

*Bibliographie indicative :*

- ▶ Bessièrre J. (2001), *Valorisation du patrimoine gastronomique et développement territorial : le Haut Plateau de l'Aubrac, Le Pays de Roquefort et le Périgord Noir*, L'Harmattan, Collection Logiques sociales, Paris
- ▶ Cuvelier P., Torres E., Gadrey J. (1994), *Patrimoine, modèles de tourisme et développement local*, L'Harmattan, Collection Dossiers Sciences Humaines et Sociales, Paris
- ▶ Neyret R. (Sous la direction de), (1992), *Le patrimoine atout du développement*, Presses Universitaires de Lyon
- ▶ Rautenberg M. (2003), *Comment s'inventent de nouveaux patrimoines : usages sociaux, pratiques institutionnelles et politiques publiques en Savoie*, Culture & Musées, 1(1), 19-40.
- ▶ Veschambre V. (2007), *Le processus de patrimonialisation : revalorisation, appropriation et marquage de l'espace*, [http://www.cafe-geo.net/article.php3?id\\_article=118](http://www.cafe-geo.net/article.php3?id_article=118), 2007

**• Économie mondialisée et tourisme (15h)**

Cet enseignement traite des nouveaux concepts, paradigmes et modèles économiques de développement, de patrimoines et d'écotourisme. A cet effet, les enjeux, trajectoires et perspectives géoéconomiques et géostratégiques de la mondialisation seront

analysés ainsi que ses dynamiques territoriales systémiques d'écodéveloppement et d'éco-conception.

**Bibliographie indicative :**

- ▶ Lasserre P. (2018), *Global Strategic Management*, Red Globe Press, Londres, 492p.
- ▶ Presenza A. & S., Lorn R. (2017), *Geopolitics and Strategic Management in the Global Economy*, IGI Global, Hershey, 369p.
- ▶ Sabourin V. (2021), *Strategic Management for Hospitality and Tourism Industry: Developing a Competitive Advantage*, Apple Academic Press Inc., Palm Bay, 268p.
- ▶ Timothy D. (2021), *Handbook of Globalisation and Tourism*, Edward Elgar Publishing Ltd, Cheltenham, 360p.
- ▶ Ungson G. & Wong Y. (2016), *Global Strategic Management*, Routledge, Londres, 624p.

• **Droit du tourisme (15h)**

Ce cours vise à initier les étudiants sur la question du choix du montage juridique d'un projet de développement touristique territorial. Un travail d'identification des paramètres juridiques à prendre en considération avant la réalisation du projet est d'abord opéré suivi d'une analyse comparative des différents modes de gestion et/ou de contractualisation auxquels peut avoir recours une collectivité.

**Bibliographie indicative :**

- ▶ ATOUT France (2010), *Montage de projets touristiques. Les clés d'une bonne conduite de projet*,
- ▶ Revue ESPACES - n°105 (2010), *Montages public/privé et tourisme*,
- ▶ Revue ESPACES - n°345 (2018), *DSP, tourisme, loisirs et cultures*,
- ▶ Vlès. V (2001), *Service public touristique local et aménagement du territoire*, éd L'Harmattan,

• **Stratégie et finance du développement durable (25h)**

Mobilisation des approches et méthodes en sciences de gestion pour la conduite de projet de développement durable d'une organisation touristique. Les contenus s'articulent autour des notions suivantes : les différentes approches du développement durable et les niveaux de différenciation sur l'économie durable, l'innovation durable et les nouveaux modèles économiques et sociaux (business model vert), la RSE et son pilotage dans l'organisation, les financements classiques et alternatifs des projets de création et de développement.

**Objectifs :**

- Appréhender la notion de performance autrement que par la seule performance financière (performance sociétale...).
- Comment utiliser les apports théoriques (RSE-RSO) dans le cadre des organisations touristiques (territoires et entreprises ?) exemple de la théorie des parties prenantes
- Comment lire l'engagement des organisations dans une stratégie responsable ?
- Étudier les nouvelles approches, méthodes et outils à la disposition des organisations.

**Contenus :**

- Les enjeux du développement durable : réalité ou mirage ?
- Cadrage théorique de la RSE-RSO et débat épistémologique
- La mise en oeuvre d'une approche responsable, les outils (normes, labels, agence de notation, société à mission...) et les limites.
- Investissement responsable et problématique du taux d'actualisation ; financement alternatif.
- Impact du climat sur la stratégie des organisations.
- L'innovation stratégique (stratégies pivots) comme levier du changement et la diversité des démarches d'innovation durable.
- Coopération et développement durable : étudier le(s) lien(s) entreprises et territoires (diversité des approches selon les territoires, PNR...).

**Bibliographie indicative :**

- ▶ Brabec M. (2010), *Business model vert, l'économie durable comme stratégie gagnante*, Dunod
- ▶ Callot P. et Selosse A. (2014), *Valorisation territoriale, sociétale et environnementale : le cas de la bande verte et citoyenne*, Management et Avenir, (N° 69)
- ▶ Capron M. et Quairel-Lanoizelée F. (2016), *La responsabilité sociale d'entreprise*, La Découverte
- ▶ Gond J.-P. et Igalens J. (2020), *La Responsabilité sociale de l'entreprise*, Presses Universitaires de France
- ▶ Winston A. (2018), *Être résilient dans un monde qui se réchauffe*, Harvard Business Review France

---

## UE 902 | Expertise et approche territoriale du tourisme

75h (dont 20h mutualisées avec le parcours TIC-ADTT)

La construction d'un projet de développement touristique (de l'idée au programme et à la communication) se déroule en 4 phases bien distinctes : l'analyse de territoire touristique (Diagnostic touristique, gestion de projet), la définition d'une stratégie (UE 902), le montage d'un programme opérationnel (UE 903, UE 1002 et UE1003), et la communication (UE 907). Dans ce processus d'ingénierie, l'approche territoriale du tourisme (UE 905 et UE1003) comprend la maîtrise des méthodes de l'expertise, de la

prospective, des outils d'aide à la décision. Les objectifs de cet UE visent à connaître les acteurs clés susceptibles de contribuer à l'émergence d'une vision partagée du développement touristique à venir du territoire et leurs modes d'intervention et à comprendre les clefs pour insérer le tourisme responsable dans les grands enjeux des politiques de développement durable d'un territoire. Les contenus s'articulent autour des thèmes suivants :

- **Expertise (10h)**

Cet enseignement porte un regard d'expertise sur les stations et les sites en tension : Enjeux, politiques et outils. Sont traités notamment : l'acceptabilité au changement (comment l'évaluer et l'accroître ?), la réhabilitation et la remise en tourisme de l'immobilier de loisirs, la gouvernance et la gestion financière des collectivités touristiques.

- **Outils d'aide à la décision (10h)**

Outils numériques ; big data et outils en ligne pour création d'infographies et traitement de données (google map ou openstreetmap par exemple)

- **Prospective territoriale et tourisme (20h mutualisées)**

Cet enseignement traite des principes et méthodes du tourisme durable : analyse systémique, grilles d'analyse, agenda 21, etc.

- **Financement et évaluation (25h)**

Méthodes et mécanismes de financement publics, principaux programmes de financements régionaux, nationaux et européens mobilisables, argumentaires d'impact des projets touristiques.

---

## UE 903 | Programmation et gouvernance du tourisme - 25h

---

La construction d'un projet de développement touristique (de l'idée au programme et à la communication) se déroule en 4 phases bien distinctes : l'analyse de territoire touristique (Diagnostic touristique, gestion de projet), la définition d'une stratégie (UE 902), le montage d'un programme opérationnel (UE 903 et 1002), et la communication (UE 905). Dans ce processus d'ingénierie, la programmation et la gouvernance du développement touristique (cette UE 903) comprend la construction d'un plan d'action (de A à Z).

L'objectif de cette UE est de connaître les séquences d'activités (ou de réalisations) complexes et connectées permettant de monter un projet opérationnel, avec pour but d'atteindre des objectifs, en réponse à des enjeux de développement, c'est-à-dire maîtriser l'ensemble des processus devant être réalisés à l'intérieur d'un cadre temporel, d'un budget (UE 902) et en respect de spécifications. Dans la logique des démarches territoriales, cette UE permettra également d'apprendre à connaître et à maîtriser l'ensemble des situations de coopération qui ne peuvent être ordonnées par la hiérarchie ("gouvernance"). Par ailleurs la logique marketing d'identification d'une demande pour le projet et de prise en compte de son univers concurrentiel sera également intégrée.

- **Plan d'action - planification, et monitoring (15h)**

Cet enseignement a pour but de porter un regard opérationnel sur les politiques touristiques publiques. Organisation des acteurs, compétences, stratégies, rôle du politique ou gestion des finances, l'idée est de décrypter, de balayer par l'étude de cas variés, la place de l'acteur public dans le développement touristique local et le fonctionnement en mode projet. Ce travail permettra de se familiariser avec chacune des étapes de ce processus afin de les connaître et les comprendre, pour mieux appréhender le secteur du tourisme d'une vision professionnelle et être prêt à s'insérer dans le monde du travail. Sera également abordée dans cette visée opérationnelle la question du choix du montage juridique du projet approprié.

*Bibliographie indicative :*

- ↳ Atout France (2010), *Montage de projets touristiques. Les clés d'une bonne conduite de projet*

- **Marketing territorial (10h)**

Identification et analyse des cibles prioritaires, positionnement de la destination, construction de l'offre touristique, et opportunité de la marque territoriale.

---

## UE 904 | Initiation aux outils de la recherche appliquée, méthodologie

---

25h (dont 7h mutualisées avec le parcours TIC-ADTT)

- **Méthodologie de recherche (13h dont 7h mutualisées)**

Dans la continuité du mémoire de première année, les étudiants de master 2 sont amenés à réaliser un travail de recherche appliquée appelé mémoire professionnel (UE 1001). Ce dernier est basé, à partir du "stage - mission" de 24 semaines, sur l'opérationnalisation et la prise de décision ; il doit témoigner de l'articulation entre travail de problématisation et expérience

professionnelle. Il témoigne de l'acquisition et de la mise en situation de compétences professionnelles par l'étudiant et de sa capacité à insérer son travail de recherche dans un projet professionnel déterminé. Cet enseignement rappelle les fondements méthodologiques de recherche appliquée et s'articule autour de RDV individuels sur la problématique et la méthodologie de travail de chaque étudiant.

- **Analyse et gestion de données statistiques (12h)**

Outre le cadrage méthodologique, l'UE a pour objectif d'accompagner les étudiants à l'opérationnalisation de la recherche à travers notamment l'apprentissage d'outils d'aide à la décision. L'UE inclut la construction de modèles opérationnels répondant tant à une mission de stage (présence d'une commande professionnelle) qu'à la présence d'un projet professionnel. Il s'appuie ainsi sur l'apprentissage de protocoles d'investigation ou de terrain mettant en avant des outils d'analyse appropriés. L'UE est centré sur l'acquisition des pratiques d'enquêtes quantitatives, des statistiques descriptives et explicatives, de l'analyse de données et une introduction aux modèles de l'intelligence artificielle en vue de la mise en place d'outils d'aide à la décision (SPSS, Librairies Python pour le Machine Learning).

*Bibliographie indicative :*

- ▶ Caumont D. et Ivanaj S. (2017), *Analyse des données*, Management Sup, Dunod
- ▶ Nagy Z. (2018), *Artificial Intelligence and Machine Learnings Fundamentals*, Packt Publishing

---

## **UE 905 | Professionnalisation : applications sectorielles, communication touristique**

**25h (dont 17h mutualisées avec le parcours TIC-ADTT)**

---

La construction d'un projet de développement touristique (de l'idée au programme et à la communication) se déroule en 4 phases bien distinctes : l'analyse de territoire touristique (Diagnostic touristique, gestion de projet), la définition d'une stratégie (UE 902), le montage d'un programme opérationnel (UE 903 et 1003), et la communication (UE 905). Dans ce processus d'ingénierie, la communication des territoires touristiques (cette UE 905) finalise la démarche pour une mise en œuvre concrète du projet.

L'objectif de cette UE est de savoir définir un plan de communication, comme une déclinaison opérationnelle de la démarche de marketing territorial expérimenté dans l'UE précédente (906 programmation et gouvernance). La maîtrise des nouvelles technologies de l'information et de la communication constitue également un objectif de cette UE, celles-ci étant très prégnantes dans le secteur du tourisme, et sources d'innovation.

- **Communication territoriale (17h mutualisées avec l'UE 903 du parcours TIC-ADTT)**

L'enseignement traitera des plans et des stratégies de communication et de commercialisation à l'échelle des territoires : intérêt et méthode d'élaboration, principaux supports et actions de la communication touristique et territoriale (avantages et limites).

*Bibliographie indicative :*

- ▶ Chamard C. (2014), *Le marketing territorial*, Étude De Boeck
- ▶ Perroy F. et Frustier P. (2005), *La communication touristique des collectivités territoriales*, coll. Dossier d'Experts, n° 247
- ▶ Rebillard S. (2007), *L'analyse identitaire, un enjeu pour les territoires*, revue Espaces identité et marque de destination, n°245
- ▶ Tritz C. (2003), *L'image des destinations touristiques : la construction d'un espace imaginaire*, revue Espaces - Tourisme et Loisirs

- **Technologies de l'Information et de la Communication - TIC (8h)**

L'intervention traitera des nouvelles technologies appliquées au tourisme et aux territoires (site internet et référencement, réseaux sociaux, outils de mobilité) ; tendances d'évolution et facteurs clés de réussite. Elle traitera également du Webmarketing, de la gestion de la relation clients (avant, pendant et après séjour) et du développement du e-commerce.

---

## **UE 906 | Marketing et attractivité territoriale - 25h**

---

Connaitre et comprendre le marché grâce aux études marketing est aujourd'hui d'une importance capitale, pour les entreprises et les institutions touristiques, mais aussi pour les destinations. Identifier, anticiper et satisfaire les clients, et les touristes n'est possible que par une connaissance approfondie du marché et de son environnement concurrentiel. Une approche du marketing des destinations viendra compléter cet enseignement.

## SEMESTRE 10

### UE 1001 | Mémoire et Stage

Dans la continuité du mémoire de Master 1, cette UE comprend la réalisation d'un travail de recherche appliquée appelé mémoire professionnel. Ce dernier est basé, à partir du "stage - mission" de 24 semaines, sur l'opérationnalisation et la prise de décision ; il doit témoigner de l'articulation entre travail de problématisation et expérience professionnelle. Il témoigne de l'acquisition et de la mise en situation de compétences professionnelles par l'étudiant et de sa capacité à insérer son travail de recherche dans un projet professionnel déterminé.

### UE 1002 | Montage de projet touristique et séminaires professionnels - 25h

La construction d'un projet de développement touristique (de l'idée au programme et à la communication) se déroule en 4 phases bien distinctes : l'analyse de territoire touristique (Diagnostic touristique, gestion de projet), la définition d'une stratégie (UE 902), le montage d'un programme opérationnel (UE 903 et 1003), et la communication (UE 905). Dans ce processus d'ingénierie, l'apprentissage de la pratique de ce processus d'expertise (cette UE 1003) est indispensable pour saisir la difficulté opérationnelle des réalités de construction d'un plan d'action et savoir le faire. La réalisation par chaque étudiant d'une programmation en vraie grandeur constitue la dernière étape de la maîtrise de l'ingénierie touristique.

- **Montage de projet touristique, challenge territorial (15h)**

L'objectif de l'UE est la mise en application par l'étudiant des savoirs et savoir-faire dans un montage de projet opérationnel ou de plan d'action. L'UE se déroulera sur la base de travaux encadrés, par groupe, avec guidage pas-à-pas de chaque étudiant dans la construction qu'il doit réaliser d'un programme touristique, explications, coordination, évaluation.

- **Mise en application professionnelle d'un dispositif de patrimonialisation (suite UE901) (15h)**

Dans la continuité de l'UE 901, cet enseignement est basé sur une étude relative aux stratégies de valorisation patrimoniale au service du développement touristique territorial.

*Bibliographie : cf UE901 Sociologie du patrimoine*

### UE 1003 | Conférences et recherche appliquée - 25h

- **Séminaires et témoignages de professionnels (25h)**

A partir de témoignages professionnels et d'interventions thématiques issues de l'actualité, cette UE, dans la continuité de l'UE905 a pour objectif de construire un socle de connaissances opérationnel. A partir de diverses thématiques basées sur les préoccupations écologiques, la valorisation des patrimoines dans un environnement touristique mondialisé, cette UE, en écho à l'UE 905, est « une ouverture » sur l'actualité et les réseaux professionnels. Une diversité de thèmes issus de l'actualité professionnelle peut être abordée (mise en place de la charte du développement durable en méditerranée, place du tourisme dans les aires marines protégées, développement transfrontalier du massif des Pyrénées, place de la restauration dans le développement des territoires, etc.). Ces ouvertures thématiques et professionnelles peuvent être enrichies et renouvelées chaque année. A l'issue de ces interventions thématiques, l'étudiant sera amené à produire une expertise autour des enjeux écologiques, patrimoniaux et géopolitiques du tourisme et du développement.

### UE 1004 | Jeu d'entreprise - Pratiques d'experts

**25h** (mutualisées avec le parcours TIC-ADTT)

Les UE 705, 805, 905 et 1004 ont pour objectif d'accompagner l'étudiant tout au long de son parcours de master, à développer ses qualités managériales et de communication, ainsi qu'à formaliser et affirmer son projet professionnel.

Sur ce sujet du management, l'UE 1004 se concentre sur la conduite de réunion et la gestion des conflits au travers de 2 modules distincts :

- Une mise en situation sous la forme d'un jeu d'entreprise, permettant à la fois de mettre en pratique les connaissances



acquises sur la gestion d'entreprise et d'autre part d'expérimenter le travail de groupe, la communication interpersonnelle, la gestion des tensions, et le management de façon plus globale.

- Un apport théorique et des jeux de rôle sur ces 2 thèmes

• **Jeu d'entreprise** (15h)

Les étudiants se retrouvent aux commandes d'une entreprise à gérer dans le secteur du tourisme. Pendant une semaine, ces entreprises sont en concurrence et les équipes qui les gèrent doivent prendre en un temps limité des décisions stratégiques tant au niveau financier que marketing. Il s'agit donc d'une immersion totale dans la gestion d'une entreprise en univers concurrentiel.

• **Management des ressources humaines** (10h)

Le déroulement de la séquence se fera sur les points suivants : Conduite de réunion (régulation des temps de parole, synthèse des apports, évaluation), repérage des divergences, tensions ou conflits ; gestion des personnalités difficiles et techniques de maîtrise des émotions.





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

## Modes de la formation

Cette formation peut être suivie :

- En formation initiale
- En formation continue

## 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 :**  
Emmanuel Salim, *Maître de conférences en sociologie*
- **Gestionnaire de scolarité :** [isthia.foix@univ-tlse2.fr](mailto:isthia.foix@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](http://www.isthia.fr)



Projet cofinancé par le Fonds Social Européen

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](mailto: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](mailto: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](mailto:isthia.cahors@univ-tlse2.fr)