



UNIVERSITÉ PARIS 1
PANTHÉON SORBONNE

IREST

Institut de Recherche et d'Études Supérieures du Tourisme

MENU DES COURS

Master Professionnel 1 et 2

Gestion des Activités Touristiques & Hôtelières

GATH

Responsable pédagogique

Jean Michel Chapuis

SEMESTRE 1

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

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

UE n° 1 : Les concepts fondamentaux du tourisme	120	80	40	176	12	
--------------------------------------------------------	-----	----	----	-----	----	--

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

OBJECTIF DU COURS

Le cours vise à faire découvrir des concepts et des outils simples afin de comprendre et maîtriser la formation du résultat d'une entreprise.

PROGRAMME DU COURS

1. Introduction 2. Des bases de comptabilité 3. La fixation du prix 4. Le calcul des coûts 5. Le comportement des coûts 6. Prévoir et orienter 7. Le pilotage.

LECTURES CONSEILLES

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	13	7	26,5	2	Francesca COMINELLI

OBJECTIFS DU COURS

Le cours explorera à la fois les dimensions économiques du tourisme et la place du tourisme dans l'économie. Dans un premier temps, les difficultés conceptuelles et méthodologiques d'une approche économique du tourisme seront mises en évidence et examinées. Ensuite, le cours examinera le produit touristique, en approfondissant les spécificités du service touristique et les problèmes de coordination posés. Au-delà de l'offre, la demande touristique sera étudiée en précisant les fondements, formes et fonctions de demande. Dans cette perspective, une double approche micro et macroéconomique sera présentée. Enfin, le cours portera sur les impacts du tourisme, non seulement économiques, mais aussi sociaux, culturels et environnementaux. A ce

propos, l'importance du tourisme pour l'économie nationale sera définie à partir de différentes méthodologies : mesures d'impacts, balance des paiements et comptes satellites du tourisme. Une attention particulière sera portée sur l'évaluation des emplois du secteur touristique, en précisant l'importance des emplois directs et indirects, les formes particulières d'emplois et les difficultés du marché du travail touristique.

LECTURES CONSEILLEES

Cacomo J.-L. (2007), Fondements d'économie du tourisme : acteurs, marchés, stratégies, De Boeck.

Sinclair M.T., Stabler M. ,Papatheodorou A. (2010), The economics of tourism, London, Routledge.

Vellas F. (2007), Economie du tourisme international, Paris, Economica.

Raboteur J., 2000, Introduction à l'économie du tourisme, L'Harmattan.

MODALITES D'EVALUATION

Contrôle terminal (1h30)

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Les fondements du marketing touristique	20	13	7	26,5	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 : les concepts de base
- 2 : la communication
- 3 : la gestion du produit touristique
- 4 : l'accessibilité et la distribution des produits touristiques
- 5 : les politiques tarifaires
- 6 : le marketing touristique sur internet
- 7- Le plan marketing / Le benchmark : présentation / applications

LECTURES CONSEILLES

Isabelle Frochot, Patrick Legohérel (2007), "Le Marketing du tourisme", Ed. Dunod, 296 pages.
Lebon Yvelise, Van Laethem Nathalie et Durand-Megret Béatrice (2007), "La boîte à outils du responsable marketing", Ed. Dunod, 192 pages.

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle terminal (1h30)

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Droit et tourisme	15	10	5	20	1,5	Laurence JEGOUZO

MODALITE D'EVALUATION

Examen terminal (1h30)

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Géographie du tourisme	25	17	8	33,5	2,5	GRAVARI-BARBAS

OBJECTIFS DU COURS

Le cours introduit l'approche géographique dans la compréhension du phénomène touristique, depuis son apparition et jusqu'à aujourd'hui. Après une séance plus théorique sur les apports et les enjeux de l'approche géographique, le cours aborde la question de la typologie des lieux touristiques et de leur évolution. Le cours met l'accent sur l'émergence des lieux touristiques littoraux et de montagne. Il examine le phénomène des stations touristiques de façon diachronique et dynamique. Il aborde ensuite de façon critique plusieurs cas d'étude de lieux touristiques emblématiques qui ont émergé au cours des XIX-XXI^e siècle (tels que Brighton, Las Vegas, Dubaï, etc.). Il porte un intérêt particulier sur les destinations urbaines telles que Paris, Barcelone ou Baltimore, toutes examinées à travers une thématique particulière.

LECTURES RECOMMANDEES

Hall, M., Page, S., The Geography of Tourism and Rectreation. Environment, Place and Space, Routledge, 2006 (3^{ème} édition) ;

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.

MIT, *Tourismes 2*, 2005, *Moments de lieux*, Belin, Mappemonde.

MODALITES D'EVALUATION

Contrôle terminal (2h)

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Socio-anthropologie du tourisme	15	10	5	20	1,5	Auréli CONDEVAUX

OBJECTIFS DU COURS

Ce cours a pour objectif d'introduire dans ses grandes lignes la manière dont l'anthropologie et la sociologie ont abordé la question du tourisme. 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 des pratiques touristiques. A la fin du semestre, les étudiants pourront expliquer les principaux débats théoriques qui ont animé le développement des approches anthropologiques et sociologiques du tourisme et seront capables d'expliquer les principales thématiques abordées dans ces domaines d'étude, en s'appuyant sur des exemples concrets d'études réalisées et de cas ethnographiques.

PROGRAMME DU COURS

Ce cours mettra d'abord en évidence 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". Puis nous verrons que les deux approches convergent désormais autour de l'objet tourisme, à travers des thématiques communes, notamment l'authenticité, les imaginaires, et l'ethnicité et les constructions identitaires.

- I. Introduction à la sociologie et à l'anthropologie
- II. Sociologie du tourisme: thématiques et méthodes
- III. Anthropologie du tourisme: thématiques et méthodes
- IV. Thématiques croisées (1): la question de l'authenticité
- V. Thématiques croisées (2): ethnicité et constructions identitaires

LECTURES CONSEILLES

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

Doquet, Anne, 2002, «Se montrer Dogon. Les mises en scène de l'identité ethnique », *Ethnologie comparée*, n°5.

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

Réau, B., 2009, « Voyages et jeunesse « favorisée ». Usages éducatifs de la mobilité », *Agora débats/jeunesses*, 3, n° 53, p. 73-84.

MODALITES D'EVALUATION

Contrôle terminal (2h)

UE n°2 : Outils et méthodes	70	9	61	113,5	11	
-----------------------------	----	---	----	-------	----	--

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

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)

Atelier de terrain	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	0	15	15	2	COMITE BOUGAINVILLE

OBJECTIF DU COURS

Idéalement placé en début du parcours du Master 1 GATH-EDTI de l'IREST, l'atelier de terrain se fonde sur **modèle pédagogique innovant** : classe « inversée », valorisation de la participation active, collaboration effective entre les étudiants (*peerpedagogy*), l'apprentissage par l'action et les projets (*learning by doing*), l'apprentissage par l'expérimentation, la mise en relation avec l'écosystème dont l'activation par les étudiants sera fortement encouragée et valorisée, la recherche et l'encouragement de l'initiative et de la créativité et in fine de la réalisation efficace, le développement de la pratique de présentation (sessions de Pitch).

MODE D'EVALUATION

En parallèle de la participation aux sessions de cours, les étudiants seront amenés à réaliser un projet de qualité professionnel lié à l'innovation, à l'entrepreneuriat ou au financement. Ils auront à présenter leur projet devant un jury de professionnels du Tourisme.

Voir le programme en ANNEXE

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Méthodologie de la recherche EDTI	10	0	10	10	2	Francesca COMINELLI

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'EVALUATION

Contrôle continu : forum EPI + rendu 1 à déposer en décembre sur les EPI

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Conférences de Spécialistes	9	2,25	0	3,375	2	CONFERENCIERS

Depuis plusieurs années, l'IREST organise un cycle de conférences animées par des professionnels et des chercheurs, sur des grandes questions d'actualité touristique, patrimoniale et culturelle.

Conçues comme des forums d'échange et de débat, ouvertes aux professionnels, aux chercheurs et aux étudiants s'intéressant aux problématiques touristiques, les conférences seront suivies d'un échange avec le public.

Ces conférences donnent lieu à des comptes rendus publiés sur le site de l'IREST : <http://www.univ-paris1.fr/ufr/irest/conferences-de-lirest/>

Trans-spécialités, elles visent à sensibiliser les étudiants aux enjeux contemporains du tourisme, et à les mettre en contact de professionnels de haut niveau, de France et de l'étranger.

L'assiduité à toutes les conférences est obligatoire (listes d'émargement).

Chaque conférence donne lieu à un compte rendu, réalisé par un groupe d'étudiants d'une spécialité.

MODE D'EVALUATION

Contrôle continu (1/3 de la note) + examen terminal (2/3)

UE n° 3 : Les systèmes du tourisme et du patrimoine	60	40	20	80	7	
-----------------------------------------------------	----	----	----	----	---	--

Gouvernance des territoires dans le cadre du développement durable	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	20	13	7	26,5	2	X

OBJECTIF DU COURS

Le cours vise à développer les conditions d'émergence et les diverses acceptations des notions clefs de durabilité/tourisme/gouvernance/territoire dans le champ de l'aménagement et des politiques de développement territorial. Les territoires touristiques de montagne, type stations de sports d'hiver, pourront servir de cadre d'illustration.

PROGRAMME DU COURS

Le cours se structurera en plusieurs séances et objectifs

1. Durabilité et tourisme : conditions d'émergence de la durabilité dans le tourisme ; définitions du concept de tourisme durable et la variété de ses déclinaisons (tourisme diffus, écotourisme,...) et illustrations sur le cas du tourisme de montagne et tourisme rural.
2. Développement, territoire et gouvernance : l'enjeu est de montrer comment dans le champ de l'aménagement des territoires, l'émergence conjointe des deux notions, gouvernance et territoire, a permis de renouveler la lecture des processus de développement.
3. Gouvernance, territoire et politiques d'aménagement du territoire. L'objectif est de voir comment les notions de gouvernance, de territoire,... ont diffusé dans les sphères de l'action publique. En particulier, nous analyserons comment dans l'élaboration et le suivi-évaluation des politiques publiques, est traduite la notion de gouvernance et de durabilité en termes d'indicateurs.
4. Point sur les démarches méthodologiques : comment aborde-t-on concrètement la lecture des processus de gouvernance, de développement territorial ? Approche empirique et élaboration d'indicateurs

LECTURES CONSEILLEES

Lascoumes P. (2013), *Le design au risque de l'environnement. Du développement durable au greenwashing*, Centre d'études européennes de Science Po, 8p.

Le Galès P. (1995), *Du gouvernement des villes à la gouvernance urbaine*, Revue française de science politique, pp. 57-95.

Gerbaux F. Marcelpoil E. (2006), Gouvernance des stations de montagne en France, Revue de géographie alpine, vol. 94, n°1, pp. 9-19

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle Terminal (2h)

Les systèmes d'acteurs du tourisme	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10	7	3	13,5	1,5	CORNU

OBJECTIFS DU COURS

Le cours vise à initier les étudiants à « une autre approche de la réalité » : l'approche systémique, afin de leur offrir de nouvelles clés de lecture et d'action.

L'objectif de ce cours est double. Dans un premier temps, former les étudiants à l'approche systémique au travers d'un mode de raisonnement « l'analyse stratégique des organisations et des systèmes » (l'ASO). Dans un deuxième temps, à l'aide d'une étude de cas, appliquer cette approche à différents types de « systèmes d'action touristiques » (une entreprise de service, un équipement touristique, une destination touristique, une filière produit, un marché).

Son ambition est d'aider les étudiants à mieux appréhender leur futur environnement professionnel grâce aux outils et apports de l'approche systémique.

A l'issue de cette formation, les étudiants devraient être en mesure de maîtriser les outils et modes de raisonnement de l'analyse stratégique des organisations et des systèmes (l'ASO) ; d'identifier les différents éléments constitutifs d'un système d'action touristique afin d'en faire l'analyse.

Les étudiants seront donc amenés à travailler simultanément sur une méthode de raisonnement et sur l'application de cette méthode à un objet concret d'étude (un restaurant, un hôtel, une station touristique, une agence de voyage, un musée, une entreprise de transport, un office du tourisme, une agence de développement, ...).

PROGRAMME DU COURS

Le centrage de cette formation est clairement orienté vers l'acquisition pratique d'une méthode de raisonnement pour être en capacité de faire le point sur le fonctionnement d'une organisation (une entreprise, une association, ...) et définir une stratégie d'intervention pour transformer cette organisation, ce système d'action.

Son but est clairement de former les étudiants à un « usage opérationnel » de la sociologie des organisations en tant qu'outil de diagnostic et d'intervention (Pourquoi les membres d'une organisation agissent-ils de telle manière ? Pourquoi et comment transformer les fonctionnements d'une organisation ?)

LECTURES CONSEILLEES

M.Crozier et E.Friedberg (1977), « L'acteur et le système », Le seuil, Paris.
 Ph. Bernoux (1993), « Sociologie des organisations », Le seuil, Paris.
 H. Amblard et autres (1996), « Les nouvelles approches sociologiques des organisations », Le seuil, Paris.
 Catherine Ballé (1990), « Sociologie des Organisations », Que sais-je ? PUF, Paris.
 Dominique Desjeux (2004), « Les Sciences Sociales », Que sais-je ? PUF, Paris.

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle continu

Outils et méthodes d'observation du tourisme	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10	7	3	13,5	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.

LECTURES CONSEILLEES

Mémento du tourisme 2014 – Direction Générale des Entreprises

Le tourisme en France : collection INSEE références – édition 2008

Le compte satellite du tourisme 2012 – DGCIS

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*

Sites internet : DGCE (veilleinfotourisme), Datar, Eurostats, Atout France, territoires (Département/CDT, Régions/CRT, Communes)...

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle Terminal sur table (1h30)

Patrimoine culturel et naturel : quels enjeux aujourd'hui ?	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	20	13	7	26,5	2	Maria GRAVARI- BARBAS et Francesca COMINELLI

OBJECTIFS DU COURS

Le cours aborde la notion du patrimoine dans ses différentes dimensions (culturelle/naturelle, tangible/intangible, monumentale/vernaculaire). Il montre le contexte de la mise en place de cette notion, au XIXe siècle, et son élargissement (thématique, spatial, chronologique) au cours du XXe et du XXIe siècle. Il vise à analyser les multiples dimensions (sociales, culturelles, économiques) d'une notion polysémique. Il aborde les enjeux qui sont liés au patrimoine : économiques, sociaux, culturels, touristiques.

PROGRAMME DU COURS

Les débuts du service du patrimoine en France / Du monument au monument historique ; La construction sociale de la notion du patrimoine ; Processus de patrimonialisation et société contemporaine ; Sites naturels et culturels, conservation et restauration : enjeux de la valorisation touristique ; Approches de restauration du patrimoine bâti monumental ; Le Patrimoine de l'Humanité : contours, approches et applications ; Patrimoine immatériel ; Paysages culturels urbains, gestion, mise en valeur, tourisme

LECTURES CONSEILLEES

Choay (F), *L'allégorie du Patrimoine*, Paris, 1992 (1^{ère} éd).

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

Patin (V), *Tourisme et Patrimoine*, la Documentation Française, 2005

Rautenberg, (M.), *La rupture patrimoniale*, À la Croisée, 2003

Sire (M.-A.), *La France du patrimoine, les choix de la mémoire*, Paris, Gallimard Découvertes, n°291, 1996 (1^{ère} éd).

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

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

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

UE n° 1 : Fondamentaux du tourisme	90	39	51	0	10	
---------------------------------------------------	-----------	-----------	-----------	----------	-----------	--

Les marchés du tourisme	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	10	5	0	1,5	Francesca COMINELLI

OBJECTIFS DU COURS

Le cours étudie les marchés du tourisme et en approfondit les mécanismes de fonctionnement et les formes : concurrence parfaite, monopole naturel, monopole discriminant, concurrence imparfaite, concurrence spatiale, oligopole simple, oligopole différencié, oligopole à frange concurrentielle. Ensuite, il examine le rôle des firmes touristiques et les fondamentaux de leur compétitivité à partir de leurs systèmes de coûts, de rendements et de rentabilité. Enfin, une attention particulière sera consacrée aux phénomènes de concentration, notamment de l'industrie touristique. Cette analyse prendra en compte : le dualisme du secteur de l'hôtellerie-restauration, le rôle des tour-opérateurs, la concentration du secteur aérien et les grands réseaux des agences de voyages.

LECTURES CONSEILLEES

- Stafford J. (1999), Microéconomie du tourisme, Presses de l'Université du Québec.
- Varian H.R. (1992), Introduction à la microéconomie, De Boeck.
- La Rochefoucauld (de) B. (2007), Economie du tourisme, Bréal.
- Caccomo J.-L. (2007), Fondements d'économie du tourisme. Acteurs, marchés, stratégies, De Boeck.

MODALITE D'EVALUATION

Contrôle Terminal sur table (2h)

La mise en tourisme des sites	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	10	5	20	1,5	Jean-Michel TOBELEM

OBJECTIF DU COURS

Ce cours complète notamment le cours de marketing du 1er 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

- GerardTocquer, Michel Zins, Jean-Marie Hazebroucq (1999), « Marketing du tourisme » Ed.Gaëtan Morin, 304 pages, 2e édition
- Valery Patin (2012), « Tourisme et patrimoine », Ed. La Documentation française, 208 pages

MODALITE D'EVALUATION

Examen terminal (1h30)

Conférences de Spécialistes	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	2,25	0	0	0	1,5	Aude Legallou

OBJECTIFS DU COURS

Ce cours constitue le prolongement du cours « Conférences de spécialistes » organisé au premier semestre. Depuis plusieurs années, l'IREST organise un cycle de conférences animées par des professionnels et des chercheurs, sur des grandes questions d'actualité touristique, patrimoniale et culturelle. Conçues comme des forums d'échange et de débat, ouvertes aux professionnels, aux chercheurs et aux étudiants s'intéressant aux problématiques touristiques, les conférences seront suivies d'un échange avec le public.

Ces conférences donnent lieu à des comptes rendus publiés sur le site de l'IREST : <http://www.univ-paris1.fr/ufr/irest/conferences-de-lirest/>

Trans-spécialités, elles visent à sensibiliser les étudiants aux enjeux contemporains du tourisme, et à les mettre en contact de professionnels de haut niveau, de France et de l'étranger.

L'assiduité à toutes les conférences est obligatoire (listes d'émargement).

Chaque conférence donne lieu à un compte rendu, réalisé par un groupe d'étudiants d'une spécialité.

MODE D'EVALUATION

Contrôle continu (1/3 de la note) + examen terminal (2/3)

Etudes Marketing	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	10	5	0	1,5	Karima Bouaïss

OBJECTIFS DU COURS

L'objectif de ce cours est de préparer les étudiants spécialisés en Tourisme aux études et recherches marketing dans le domaine du tourisme. Le processus des études se compose des étapes suivantes : Concevoir, Explorer, Recueillir, Mesurer, Décrire, Vérifier. En particulier, le cours aborde les statistiques descriptives et explicatives et permet d'appréhender la notion d'inférence. Le cours est illustré par une étude concrète de satisfaction des touristes dans un parc de loisirs.

Contenu :

Rappel marketing (1h) + objectifs et méthodologie des études (3h)

Inférence statistique (données, estimation...) (5h)

Tests statistiques (X^2 , t -test, ANOVA...) (5h)

Introduction à l'analyse factorielle (1h)

LECTURES CONSEILLEES

Evrard Y., B. Pras et E. Roux, (2003) *MARKET : études et recherches en marketing*, Nathan.

Grawitz M. (2001) *Méthodes des sciences sociales*, Précis Dalloz.

MODE D'EVALUATION

Contrôle écrit terminal (1h30)

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

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)

UE n° 2 : Gestion des établissements	90	45	45	93,75	10	
---------------------------------------------	-----------	-----------	-----------	--------------	-----------	--

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

OBJECTIFS DU COURS

La gestion hôtelière est abordée ici de façon pratique, dynamique et contextualisée. A partir d'une simulation de gestion d'un hôtel, les étudiants sont amenés à aborder l'ensemble des compétences de gestion des managers d'établissement d'hébergement (ou touristique). En équipes et en concurrence sur un marché régional, les principales décisions à prendre pendant le jeu d'entreprise portent sur :

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

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

MODE D'EVALUATION

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

Formations en	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
tourisme, Evaluation des compétences métiers	20				2	Jean Michel CHAPUIS

OBJECTIFS DU COURS

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

Réalisation d'études

Le cours est structuré en trois parties:

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

LECTURES CONSEILLEES

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

MODE D'EVALUATION

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

Droit Social et Entreprise Touristique	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15				2	GiL SOETEMONDT

OBJECTIFS DU COURS

Le cours doit permettre :

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

LECTURES CONSEILLEES

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

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

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

MODE D'EVALUATION

Un contrôle des connaissances est organisé en fin de cycle d'une durée d'une heure.

Hotel Marketing	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15				2	Ahmad ANOUTI

OBJECTIFS DU COURS

This course aims to offer you a wide understanding of the principles of marketing in the context of the service sector and, more specifically, the dynamic hospitality environment. The emphasis will be on the application of modern marketing techniques to a wide variety of hospitality industry contexts, the compilation and analysis of marketing strategies and the part played by these activities in the overall marketing planning process.

1- Introduction to Services Marketing

- Defining Marketing in General
- The Marketing Mix (4P's) and Its link to the Hospitality Industry
- Services Defined
- Differences between Goods and Services (Characteristics and Marketing)
- The Services Marketing Triangle in the Hospitality Industry

2- Hospitality Service Quality

- Explaining the concept of Quality
- Customers' Expectations vs Customer Perception
 - * 2 levels of customers' expectations
 - * The Zone of Tolerance in the hospitality industry
- Customer Satisfaction in the hospitality industry
- The 5 underlying Dimension in service Quality
- The SRVQUAL/Gap Model

3 – The decision making process in the hospitality industry

- What is Motivation?
- The 3 types of consumer decisions.
- The decision making process in the hospitality industry.
- Convincing the consumer

4- The importance of Segmentation in the hospitality industry.

- What are the reasons for market segmentation?
- What is the role of segmentation in marketing?

What are the advantages and disadvantages of segmentation?

What are the criteria for effective segmentation?

What are the different segmentation bases?

5- Marketing Communications plan

- Understand the importance of effective communications;
- Understand the concept of a marketing plan;
- Understand the purpose of a marketing communications plan; and
- Understand the elements of a marketing communications plan.

LECTURES CONSEILLEES

MODE D'EVALUATION

Contrôle Continu

Students will be grouped in teams to analyze (one) selected hotel/resort. The hotel/resort will be a new concept in the hospitality industry (Students can think/create a new hotel concept) and apply the required bullet points to complete the assignment:

1. A description of the company using the marketing mix;
2. A SWOT analysis;
3. An analysis of the competitors/potential competitors;
4. Marketing goals;
5. Marketing communication goals;
6. Marketing communication target groups;
7. Marketing communication instruments/message to deliver to audience.

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Tourisme &Interculturalité	20				2	Aurélie CONDEVAUX

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

I. La notion de culture

II. Relations interculturelles à travers l'histoire et figures de l'étranger

III. L'interculturalité: approche pluridisciplinaire

IV. Interculturalité et tourisme

LECTURES CONSEILLEES

Boissevain J. (ed.), 1996, *Coping with tourists. European reactions to Mass Tourism*, Oxford, Providence :Berghahn Books.

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

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

MODE D'EVALUATION

Un dossier à rendre par groupes de 2.

UE n° 3 : Stratégies des firmes du tourisme						
	90				10	

Stratégies des Firmes Touristiques	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	25				2	Jean Michel CHAPUIS

OBJECTIFS DU COURS

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

Contenu :

Après une exploration des différents courants et pratiques des stratégies des firmes, le cours permet aux étudiants de se familiariser à l'industrie touristique. De nombreuses études de cas sont présentées. Parallèlement, les étudiants préparent un rapport d'analyse stratégique d'une entreprise touristique/hôtelière.

LECTURES CONSEILLEES

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

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

MODALITES D'EVALUATION

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

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

OBJECTIF DU COURS

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

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

LECTURES CONSEILLEES

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

MODALITES D'EVALUATION

Examen terminal en fin de semestre (1h30)

Méthodologie du mémoire	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	10				2,5	Jean Michel CHAPUIS

Ce cours prolonge celui du premier semestre. Il accompagne la formulation de la problématique et des hypothèses ainsi que la mise en œuvre de méthodes appropriées. Il aborde de façon plus approfondie les différents outils et techniques de recherche.

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

MODALITES DE CONTROLE

(CC) Evaluation du 2^e rendu du mémoire

Atelier de terrain	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15				2,5	Comité BOUGAINVILLE

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

MODALITES DE CONTROLE

Dossier et présentation orale

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

Les formations de master proposées dans le cadre de l'IREST ont pour objectif de conduire les étudiants vers les métiers du tourisme. La recherche d'un stage et son déroulement font partie intégrante des deux années de formation. L'entrée dans ce secteur professionnel très diversifié suppose de passer par certaines formalités. Souvent appréhendés comme des exercices rébarbatifs voire douloureux, la recherche d'emploi, le CV, la lettre de motivation et l'entretien sont pourtant des passages obligés. Ce cours a pour objectif de donner les clés nécessaires aux étudiants pour mieux maîtriser ces « exercices », par le biais de mises en situation, de discussions en commun sur les productions de chacun, ainsi que de discussions avec des professionnels du secteur touristique.

MODALITES DE CONTROLE

Exercice de candidature (écrit et oral) + dossier de projet professionnel

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
STAGE	0	0	0	0	0	L'équipe des enseignants

SEMESTRE 3

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

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

UE n° 1 : Gestion de Projet	105				9	
----------------------------------------	------------	--	--	--	----------	--

Gestion budgétaire et financière des projets touristiques	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	10	5	0	1,5	Jean-Michel CHAPUIS

OBJECTIF DU COURS

L'objectif de ce cours est de sensibiliser les étudiants aux problématiques des projets dans les industries du tourisme. Deux compétences fondamentales seront acquises : Savoir évaluer le coût et maîtriser les délais d'un projet. Le cours s'appuie sur les notions fondamentales de gestion financière liées à l'évaluation de projets.

PROGRAMME DU COURS

L'enseignement aborde trois dimensions essentielles du développement des projets en matière touristique : le choix des investissements en univers incertain, le plan de financement, la programmation et le contrôle de la réalisation du projet.

- L'organisation par projet
- La planification et la mise en œuvre du projet
 - Les outils de planification
 - L'évaluation du coût d'un projet
 - La sélection financière des projets
- La maîtrise de l'exécution d'un projet planifié
 - Le suivi budgétaire et des tâches planifiées
- La fin du projet et l'architecture organisationnelle

LECTURES CONSEILLEES

- Gervais M., 2009, Contrôle de Gestion, Économica, 816 p.
- Giard V., Midler C., 1997, « Gestion et management de projet », in Y.Simon et P.Joffre Encyclopédie de gestion, Économica, p. 1581-1604 ;

MODALITES DE CONTROLE

Contrôle écrit terminal (1h30)

Gestion de la qualité	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
dans les organisations touristiques	15	10	5	0	1,5	Patrick EVENO et Jean-Michel TOBELEM

OBJECTIFS DU COURS

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.

Contenu :

1. LES CONSEQUENCES DE LA QUALITE
 - a. Les perceptions de qualité et de valeur par les touristes
 - b. Les échelles de mesures de la qualité de services dans le tourisme
 - c. Les conséquences comportementales de la qualité
 - d. La gestion des plaintes des clients

LECTURES CONSEILLEES

Boo, S., Busser, J. and Baloglu, S. (2009) "A model of customer-based brand equity and its application to multiple destinations", *Tourism Management*, vol. 30, 219-231.

Tax, S., Brow, S.W. and Chandrashekar, M. (1998) "Customer Evaluations of Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing", *Journal of Marketing*, vol. 62, (april), 60-76.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L. (1990) *Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations*, New York: Free Press ; London : Collier Macmillan.

Wruck, K.H. and Jensen, M.C. (1994) "Science, Specific Knowledge, and Total Quality Management", *Journal of Accounting and Economics*, vol. 18, 247-87.

MODALITES DE CONTROLE

Contrôle écrit terminal (1h30)

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

OBJECTIFS DU COURS

Il s'agira d'appréhender les trois niveaux de lecture de ce qui peut constituer la relation « Tourisme et développement durable » : un angle juridique, un angle thématique et des outils concrets à mettre en œuvre. A l'issue de cette session, l'étudiant doit pouvoir être associé à la politique de développement durable d'une structure touristique ou d'hébergement.

Plan du cours

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

Première partie : Définir le développement durable du tourisme

- 1 -Les principaux textes et conventions internationales, européennes et françaises
- 2 –Une/des définitions?

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

- 1 -Réduire la consommation touristique d'énergie
- 2 -Vers une consommation touristique durable
- 3 -Préserver la biodiversité
- 4 -Prendre en considération la santé et les risques
- 5 -S'impliquer dans la gouvernance locale

Troisième partie : Les principaux outils de politique du développement durable dans les entreprises touristiques

- 1 -Le management environnemental
–la démarche HQE ; les normes (Iso 14000) ; les labels (Clé verte ...) ; les chartes
- 2 –Mettre en œuvre une RSE, Iso 26000
- 3 –Des labels et chartes de développement durable

LECTURE IMPOSEE

La lettre d'information Actu-environnement : <https://www.actu-environnement.com/>

MODALITES D'EVALUATION

Contrôle continu : Actu-environnement (5% de la note) + Illustration du cours sur un des sept thèmes de développement durable (15%)

Epreuve sur table –janvier 2018 (80%)

Commercialisation des produits touristiques	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15				1	Sidoine CORBIN- OCCELLI

OBJECTIF DU COURS

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

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

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

PLAN DU COURS

1. Les fondamentaux de la distribution des produits touristiques
2. Les fondamentaux de la réservation en ligne
3. Approches sectorielles de la réservation en ligne
4. Evolutions et perspectives

BIBLIOGRAPHIE

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

MODALITES D'EVALUATION

Examen terminal (1h30)

Plateformes	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Numérique et Hébergement	15				1	Patrick EVENO

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

OBJECTIF DU COURS

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

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

En outre, elles doivent intégrer les mutations profondes qui s'opèrent tant dans les comportements de consommation que dans les grands enjeux numériques de notre époque. Concernant l'offre nous étudierons plus précisément les acteurs indépendants, plateformes d'intermédiation entre les acteurs, qu'ils soient professionnels (Hôtels, résidences de tourisme, campings, spécialistes (thalassothérapie,..), acteurs publiques (offices de tourisme,...)) ou particuliers (hébergement chez l'habitants, locations, mise à disposition d'un espace,...). Mais aussi les plateformes d'entreprises ou de groupements.

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

Objectifs pédagogiques

Définir l'étendu du secteur

Se familiariser avec les enjeux économiques et sociaux

Identifier les sous-secteurs et les catégories d'acteurs

Comprendre le cadre réglementaire

Se familiariser avec les impératifs internationaux, entrevoir les perspectives

PLAN DU COURS

Définitions

Observation économique et statistique

Encadrement, réglementation, normes, marques et labels

LECTURES CONSEILLEES

MODALITES D'EVALUATION

Méthodes pédagogiques

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

Travail personnel (groupes)

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

Evaluation

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

Montage financier de projets touristiques	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	25				2	Jean-Michel BLANC et Jean- Michel TOBELEM

OBJECTIFS DU COURS

L'enseignement vise à faire découvrir des concepts et des outils simples afin de comprendre et maîtriser les étapes du montage et la recherche de financement de projets touristiques, en portant une attention particulière sur les rôles des acteurs clés (porteurs de projets/partenaires financiers) selon leurs profils (acteurs publiques/acteurs privés). Le cours vise à sensibiliser les étudiants sur les motivations et objectifs de chaque famille d'acteur, éléments majeurs pour faire émerger un projet touristique dont la recherche de partenaire financier devra intégrer à chaque étape, quelques notions clés exposées et illustrées.

LECTURES CONSEILLEES

- Une liste actualisée des ouvrages utiles sera communiquée aux étudiants lors de la première séance.
- Plusieurs publications aux éditions 'Atout France' dont 'Atout France au service des porteurs de projet, de l'investissement et de l'emploi'
- Jean-Luc Michaud, Guy Barrey : Acteurs et institutions du tourisme (De Boeck) novembre 2012 ;
- Montage de projets touristiques - Les clés d'une bonne conduite de projet - décembre 2010 (Atout France, Caisse des dépôts et consignations).

MODALITES D'EVALUATION

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

UE n° 2 : Gestion hôtelière avancée	60				8	
--------------------------------------------	-----------	--	--	--	----------	--

Organisation administrative et comptable	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15				2	Sidoine CORBIN- OCCELLI

OBJECTIFS DU COURS

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

Contenu :

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

LECTURES CONSEILLEES

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

Mode d'évaluation

Examen terminal en fin de semestre (1h30)

Revenue Management	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15	10	5	0	2	Jean-Michel CHAPUIS

OBJECTIFS DU COURS

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

Contenu :

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

LECTURES CONSEILLEES

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

Mode d'évaluation

Travaux de groupes évalués sur la base du REVPAR de l'équipe 100 %

Gestion des Richesses Humaines	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15				2	Isabelle KUCHARSKI

OBJECTIFS DU COURS :

De la théorie à la pratique, la complexité législative du droit du travail sera étudiée via des thématiques actuelles entrant dans la gestion des « richesses » humaines.

CONTENU :

Corrélée aux situations professionnelles vécues par les étudiants, la dynamique du cours trouve sa pertinence par la confrontation des analyses en fonction de l'actualité sociale. Seront présentés les changements fondamentaux de la Loi Travail 2016 avec ses applications concrètes en entreprise –diversité, parité, droit à la déconnexion....- ; de même l'évolution de la responsabilité sociétale et ses implications managériales sera analysée.

LECTURES CONSEILLEES :

- Manager au XXIe siècle – Philippe DETRIE
- Manager pour les Nuls
- Le Manager presque parfait – Antoine CARPENTIER
- Le Manager Minute – Blanchard & Johnson
- Guide de survie à l'usage du manager pressé
- Alerte sur la Banquise – Kotter-
- Droit du Travail – Droit Vivant – Jean-Emmanuel RAY

Mode d'évaluation

Examen Terminal : présentation en classe d'un sujet de RH

Financement des entreprises hôtelières	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15				2	Jean Pierre SIMONNET

OBJECTIFS DU COURS

1/ Les Typologies d'hébergement

- Hôtels de Tourisme
- Résidences de Tourisme

2/ Les Tendances actuelles - Stratégies et Principaux Investisseurs

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

3/ Les Modes de Gestion - d'Exploitation

- Baux
- Murs
- Fonds
- Contrats de Gestion

4/ Les indicateurs de Mesure de performance

- Uniform System
- CA, Charges, Résultats

5/ L'investissement en Hôtellerie

- Typologie des Investisseurs
- Coûts de Construction
- Méthodes d'évaluation du Patrimoine

Contenu :

LECTURES CONSEILLEES

Mode d'évaluation

Examen Terminal 1,5 h

UE n° 3 : Conduite et suivi de projets touristiques publics ou privés	110				13	
------------------------------------------------------------------------------------------	------------	--	--	--	-----------	--

Gestion des équipements et des sites culturels	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15				2	Sophie HUBERTSON

OBJECTIFS DU COURS

Concept

Production

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

Plan type

Contenu :

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

LECTURES CONSEILLEES

Mode d'évaluation

remise de dossier sera le lundi 15 janvier 2018, par voie électronique.

Intermédiation et e-tourisme	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15				1	Gilbert REVEILLON

OBJECTIFS DU COURS

Contenu :

LECTURES CONSEILLEES

Mode d'évaluation

50 % Examen Terminal 1,5H + Contrôle continu 50 %

Management des destinations touristiques	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
	15				1,5	Linda BOUKHRIS

OBJECTIFS DU COURS

Contenu :

LECTURES CONSEILLEES

Mode d'évaluation

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Méthodologie de la recherche	15				1,5	Jean Michel CHAPUIS

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.

MODALITES DE CONTROLE

(CC). Evaluation du 3^e rendu de mémoire

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

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)

	HEURES	CM	TD	HETD	ECTS	ENSEIGNANT(E)
Atelier de Terrain	14				3	Comité BOUGAINVILLE

Annexe



ATELIER DE TERRAIN EDTI-GATH, 2014-2015 DE L'INNOVATION AU FINANCEMENT

Programme de formation à l'entrepreneuriat dans le tourisme

Innovet et Entreprendre dans le tourisme

Contexte & création

Idéalement placé en début du parcours du Master 1 GATH-EDTI de l'IREST, ce cours répond aux nouveaux enjeux du tourisme, dans un contexte d'accélération des innovations où les situations établies sont remises en cause. Les nouveaux modèles et services innovants impactent tous les domaines du tourisme, en France et à l'international.

Pour préparer les étudiants à faire partie d'un monde qui se transforme, ceux-ci seront mis dans le bain de l'innovation et à l'entrepreneuriat dès les premiers moments de leur scolarité à l'IREST. Ils seront engagés dans une expérience exigeante, mais surtout très enrichissante. Le *design* et la réalisation de ce cours sont assurés par une équipe d'entrepreneurs expérimentés*.

Les étudiants seront (mis) en relation directe, interagissant avec l'écosystème de l'innovation et de l'entrepreneuriat du tourisme : entrepreneurs, professionnels et des personnes clés, notamment institutionnels et grands comptes.

Objectif du cours

Cette formation a comme objectif :

- sensibiliser les étudiants à l'innovation et à la création et au financement de projets touristiques
- leur faire acquérir les repères, les éléments clés d'analyse et les méthodologies de pointe liées aux trois domaines de cette formation
- les initier à identifier des besoins et construire des solutions innovantes et efficaces, voire pour certains mener un projet de création
- développer leur vision, leur « énergie » et leur « capacité » entrepreneuriale.

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

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

- les connectez à l'écosystème de l'innovation et de l'entrepreneuriat du tourisme

Méthodologie : / pédagogie

Les étudiants bénéficieront d'un **modèle pédagogique innovant, contribuant à votre développement**, basé sur les éléments suivants :

- la classe « inversée » autour des ressources disponibles, les étudiants auront à préparer chaque session à partir de meilleures ressources ou témoignages disponibles sur Internet (en partant d'une base de références fournies en début de programme)
 - o les séances de cette formation servant alors à la mise en perspective des concepts et éléments clés, donnant lieu parfois à la présentation de cadres théoriques ou méthodologiques, la grande partie du cours étant alors consacrée à la discussion et aux échanges avec et entre les étudiants
 - o les séances seront basées essentiellement sur des cas pratiques d'entreprises et d'innovations, voire d'actions, le plus souvent illustrées par des témoignages des acteurs en question.
- la forte valorisation de la participation active et de l'engagement des étudiants
- la collaboration effective entre les étudiants (*peerpedagogy*)
- l'apprentissage par l'action et les projets (*learning by doing*)
- l'apprentissage par l'expérimentation
- la mise en relation avec l'écosystème dont l'activation par les étudiants sera fortement encouragée et valorisée
- la recherche et l'encouragement de l'initiative et de la créativité et in fine de la réalisation efficace
- le développement de la pratique de présentation (sessions de Pitch)

En parallèle de la participation aux sessions de cours (10x3h), les étudiants seront amenés à réaliser un projet de qualité professionnel lié à l'innovation, à l'entrepreneuriat ou au financement. Ils auront à présenter leur projet devant un jury de professionnels du Tourisme en janvier 2015.

Qu'ils deviennent futurs entrepreneurs ou rejoignent un projet innovant, ou qu'ils travaillent dans des entreprises établies ou dans l'écosystème institutionnel du tourisme, cette formation s'adresse aux étudiants du M1 TOURISME.

Elle leur donnera les premières bases nécessaires pour **se développer et définir leur projet professionnel en devenant un acteur de qualité, contribuant positivement à l'économie du tourisme.**

*Ce cours a été développé par une équipe d'entrepreneurs, issus principalement du **Comité Bougainville**, association loi 1901, fédératop, des entrepreneurs et investisseurs du Tourisme (www.comité-bougainville.com).

Le Comité Bougainville est partenaire **d'Atout France** et du **Welcome City Lab**, et est force de propositions auprès du service tourisme de la DGE (Direction Générale des Entreprises) et développe des actions avec la direction du tourisme de la Région PACA.

Thierry Begaud

Président du Comité Bougainville, de France Entrepreneurs, et de l'Association Route de François 1^{er}, Thierry développe développe avec Athinea Conseil, une activité de conseil et de promotion immobilière et hôtelière. Thierry a fait parti des acteurs de la table. Il a participé activement aux Assises du Tourisme qui viennent de se terminer. Il est diplômé de l'ESTP et d'HEC Entrepreneurs.

Lyès Ghamissou

Administrateur du Comité Bougainville en charge de l'innovation et de l'accélération d'entreprises et du pôle financement, passionné par l'éducation, Lyès a imaginé et développé le programme et le modèle pédagogique de cette formation. Après un parcours d'auditeur international, d'entrepreneur, il conseille les entreprises innovantes et les acteurs institutionnels souhaitant développer des programmes d'accélération d'innovation et d'entreprises. Il est diplômé de l'Université de Paris-Dauphine, et d'un MBA HEC.

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	25	2	ROUGES	CT (2h)
Les concepts économiques fondamentaux	20	2	COMINELLI	CT (2h)
Les fondements du marketing touristique	20	2	CORBIN-OCCELLI	CT (2h)
Droit et tourisme	15	1,5	JEGOUZO	CT (2h)
Géographie du tourisme	25	2,5	GRAVARI- BARBAS	CT (2h)
Socio-anthropologie du tourisme (15h)	15	2	CONDEVAUX	CT (2h)
UE n°2 : Outils et méthodes	70	11		
Anglais	18	2	SGEL	CC
LV2	18	2	SGEL	CC
Atelier de terrain	15	3	Comité BOUGAINVILLE	CC
Méthodologie de la recherche	10	2	CHAPUIS	CC
Conférences de Spécialistes	2,25	2	LEGALLOU	CC+CT
UE n° 3 : Les systèmes du tourisme et du patrimoine	60	7		
Gouvernance des territoires dans le cadre du dév. durable	20	2	BOUKHRIS	CT (2h)
Les systèmes d'acteurs du tourisme	10	1,5	CORNU	CC
Outils et méthodes d'observation du tourisme	10	1,5	BLANC	CT (2)
Patrimoine culturel, patrimoine naturel : quels enjeux aujourd'hui ?	20	2	GRAVARI- BARBAS / COMINELLI	CT (2h)
TOTAL	250	30		

SEMESTRE 2	HEURES	ECTS	ENSEIGNANT(E)	MC
UE n° 1 : Fondamentaux du tourisme	90	10		
Les marchés du tourisme (TC)	15	1,5	COMINELLI	CT(2h)
La mise en tourisme des sites (TC) (15h)	7,5	1,5	TOBELEM	CT(1h30)
Conférences de Spécialistes (TC) (9h total)	2,25	1,5		CC + CT
Etudes Marketing (TC)	15	1,5	BOUAISS	CT(1h30)
Anglais	18	2	SGEL	CC
LV2 de Spécialité	18	2	SGEL	CC
UE n° 2 : Gestion des établissements	90	10		
Gestion hôtelière	20	2	CHAPUIS	CC
Formations en Tourisme, Evaluation des compétences métiers	20	2	CHAPUIS	CC
Droit social et entreprise touristique	15	2	SOETEMONDT	ET
Marketing hôtelier	15	2	ANOUTI	CC
Tourisme et interculturalité (EDTI)	20	2	CONDEVAUX	CC
UE n° 3 : Stratégies des firmes du tourisme	85	10		
Stratégies des firmes touristiques : stratégies concurrentielles	25	2	CHAPUIS	CC
Gestion des marques touristiques et hôtelières	25	2	CORBIN-OCCELLI	CT(1h30)
Méthodologie du mémoire	10	2,5	CHAPUIS	CC
Atelier de terrain	15	2,5	Comité BOUGAINVILLE	CC
Techniques de recherche d'emploi	10	1	CONDEVAUX	CC
STAGE	0	0		
TOTAL S2	265	30		

SEMESTRE 3	HEURES	ECTS	ENSEIGNANT(E)	MC
UE n° 1 : Gestion de Projets	105	9		
Gestion budgétaire et financière des projets touristiques	15	1,5	CHAPUIS	CT(1h30)
Gestion de la qualité dans les organisations touristiques	15	1,5	EVENO / TOBELEM	CT(1h30)
Tourisme et développement durable	20	2	DUBOSC	CT (3h)
Commercialisation des produits touristiques	15	1	CORBIN-OCCELLI	CT(1h30)
Plateformes Numérique et Hébergement	15	1	EVENO	CC
Montage financier de projets touristiques	25	2	BLANC et TOBELEM	CC
UE n° 2 : Gestion hôtelière avancée	60	8		
Organisation administrative et comptable	15	2	CORBIN-OCCELLI	CT(1h30)
Revenue Management	15	2	CHAPUIS	CC
Gestion des Richesses humaines	15	2	KRUCHARSKI	CT(1h30)
Financement des entreprises hôtelières	15	2	SIMONNET	CT(3h)
UE n° 3 : Conduite et suivi de projets touristiques publics	110	13		
Gestion des équipements et des sites culturels	15	2	HUBERTSON	CC
Intermédiation et e-tourisme	15	1	REVEILLON	CC + CT
Management des destinations touristiques	15	1,5	BOUKHRIS	CT
Méthodologie de la recherche	15	1,5	CHAPUIS	CC
Atelier de Terrain	14	3	Comité BOUGAINVILLE	CC
Anglais	18	2	SGEL	CC
LV2	18	2	SGEL	CC
TOTAL S3	275	30		