

FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE

Département TOURISME

Vous souhaitez développer un projet touristique ambitieux et souhaitez avoir toutes les cartes en main...

Vous avez désormais l'opportunité de prendre du recul en positionnant votre entreprise dans son contexte touristique et culturel, de comprendre les clés conceptuelles, sociologiques, environnementales qui favorisent le développement d'une activité touristique.

De plus, faites-vous accompagner dans le développement d'un projet concret de votre entreprise.

Management de Projets et d'Entreprises Touristiques et Culturels des Territoires

Executive MBA part time
Ecole Supérieure de Commerce et de Management

Partie I : Votre entreprise dans son contexte touristique et culturel

Unité de Valeur	<u>PROBLEMATIQUE ET CONCEPTS DU DEVELOPEMENT TOURISTIQUE</u> <i>(Comprendre les aspects sociologiques et les concepts relatifs au développement du tourisme)</i>
Compétences visées	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Anticiper les choix de la clientèle pour une activité touristique précise ➤ Prévoir les goûts de la clientèle pour les activités touristiques en France et dans le monde ➤ Acquérir une vision globale du tourisme ➤ Gérer des conflits et interactivités entre les différents acteurs
Contenu indicatif	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Anthropologie du tourisme. ➤ Fondements d'une politique de médiation culturelle et touristique. ➤ Développement durable : concepts et objectifs. ➤ Approche sociologique du développement touristique.

Unité de Valeur	<u>TOURISME ET TERRITOIRE</u> <i>(Positionner le tourisme dans son environnement territorial)</i>
Compétences visées	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gérer le fonctionnement, l'environnement global d'un territoire quelque soit sa taille (qu'il s'agisse d'une commune, d'un pays, ou d'une région du monde) ➤ Analyser l'espace territorial dans sa diversité et ses contraintes. ➤ Dégager les enjeux et comprendre les implications politiques et commerciales. ➤ Gérer les intérêts des différentes composantes d'un territoire
Contenu indicatif	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Géographie du tourisme : flux, destinations, paysages et représentations. ➤ Environnement et sitologie : contraintes et modèles d'espaces touristiques. ➤ Principales politiques touristiques : de la « devise-lit » au développement intégré. ➤ Structures et institutions touristiques territoriales.

Unité de Valeur	<u>MARKETING ET COMMUNICATION</u> <i>(Outils de marketing et communication au service d'une entreprise dans un projet touristique)</i>
Compétences visées	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mettre en place une politique de communication ➤ Elaborer une analyse Marketing et proposer des stratégies cohérentes. ➤ Elaborer, structurer et réaliser des stratégies de communication en adéquation avec les politiques et contraintes territoriales.
Contenu indicatif	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Marketing stratégique et opérationnel. ➤ Marketing de l'offre et marketing de la demande. ➤ e-marketing. ➤ Marketing du tourisme. ➤ Méthodologie de diagnostic et d'évaluation de politiques de communication plurimédias. ➤ Communication du tourisme. ➤ Présentation de pratiques et de productions numériques dans les secteurs de la culture et du tourisme. ➤ Etudes de cas concrets d'entreprises touristiques

Partie II : Développement d'un projet concret de votre entreprise

Unité de Valeur	<p><u>MANAGEMENT D'ENTREPRISES TOURISTIQUES</u></p> <p><i>(Progresser dans la compréhension des problématiques managériales de son entreprise tant publiques que privées)</i></p>
Compétences visées	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Acquérir l'ensemble des outils nécessaires à la mise en place d'une politique managériale performante ➤ Réaliser un audit de son entreprise ➤ Faire évoluer son entreprise et ses projets touristiques et culturels ➤ Exercer les pleines compétences opérationnelles de manager d'entreprises
Contenu indicatif	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Management stratégique. ➤ Analyse financière et gestion financière. ➤ Audit d'entreprises. ➤ Droit commercial national et communautaire. ➤ Analyse transactionnelle. ➤ Gestion des ressources humaines.

Unité de Valeur	<p><u>MANAGEMENT DE PROJETS TOURISTIQUES</u></p> <p><i>(Avoir les moyens de lancer un projet d'entreprise pendant la formation et bénéficier d'un accompagnement personnalisé)</i></p>
Compétences visées	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maîtriser l'utilisation des outils de management et d'analyse nécessaires à la conduite des projets de l'entreprise ➤ Exercer les pleines compétences opérationnelles de directeur de projets (project manager).
Contenu indicatif	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ingénierie de projets. ➤ Management de projets touristiques. ➤ Gestion des équipes de projets. ➤ Etude de cas. ➤ Conduite de projets collectifs.

Unité de Valeur	<p><u>DOSSIER PROJET</u></p> <p><i>(Concevoir un dossier de présentation d'un projet de développement lié à son activité et tester sa viabilité)</i></p>
Compétences visées	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Analyser un contexte, détecter les problématiques, esquisser les solutions, et rédiger un plan stratégique dans un dossier synthétique et pragmatique ➤ Présenter ce dossier à des investisseurs, un banquier, un conseil d'administration, un maire, un président de région...
Contenu indicatif	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Problématique de l'entreprise ou du projet ➤ Méthodologie de recherche ➤ Analyses de cas et exemples. ➤ Outils méthodologiques

Partie III : Formations complémentaires

Unité de Valeur	<u>OUTILS DE COMMUNICATION</u> <i>(Modules à la carte en fonction des compétences manquantes et besoins spécifiques)</i>
Compétences visées	<ul style="list-style-type: none">➤ Appliquer les connaissances informatiques et linguistiques attachées au secteur touristique
Contenu indicatif	<ul style="list-style-type: none">➤ Outils informatiques (ex : MS project...)➤ Outils d'analyse et d'aide à la décision (ex : PNL)➤ Français du tourisme➤ Anglais du tourisme➤ Langages et communication➤ Méthodologie du discours