***République Tunisienne***

***Ministère de l’Enseignement Supérieur***

***et dela Recherche Scientifique***

***Direction de la rénovation universitaire***



Demande de Renouvellement d'habilitation d'un Mastère Professionnel

Pour la période de 2018- 2019 à 2021-2022

|  |  |
| --- | --- |
| Université : Manouba | Etablissement : Ecole Supérieure de Commerce de Tunis |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Licence | Appliquée |  |
|  |  |
|  |  |  |
| Mastère | Professionnel | **Management Touristique et Hôtelier** |
| De Recherche |  |

A soumettre à la Commission NationaleSectorielle : Sciences de Gestion

1- Identification, du parcours

1-1- Rattachement du parcours

|  |  |
| --- | --- |
| Domaine de formation | Sciences de Gestion |
| Mention (s) | Management |
| Parcours (ou spécialité) (1) | Management Touristique et Hôtelier |
| Date de démarrage de la formation  **Coordinatrice du Mastère :** | **Septembre 2004**  **Samiha CHEMLI**  **Dr. et Maître assistante en Management**  **Spécialité : Marketing du Tourisme** |

1-2- Objectifs de la formation (compétences, savoir-faire, connaissances)

|  |
| --- |
| Cette formation, en Management Touristiqueet Hôtelier,a pour ambitions de :  - Contribuer à façonner et rendre disponible sur le marché du travail tunisien le profil de manager-décideur maîtrisant les réalités et les enjeux du secteur touristique et susceptible de contribuer au développement de l’ensemble de l’activité touristique et hôtelière. Cet objectif est d’autant plus important que le secteur en question se positionne aujourd’hui parmi les secteurs d’activité prioritaires de la Tunisie.  - Œuvrer à l’avènement d’une nouvelle génération de promoteurs dans le domaine des unités hôtelières, des agences de voyage, des restaurants, des parcs de loisirs, …, pleinement ancrés dans les réalités socio-économiques du pays et des régions et à même de saisir les opportunitésoffertes dans un contexte mondialisé, tout en étant outillés des connaissances et techniques nécessaires pour lancer, gérer et pérenniser leurs projets. Cette ambition s’inscrit également parmi les priorités nationales.  De façon plus générale, cette formation permettrait :   1. **Le renforcement de la professionnalisation et de l’employabilité des étudiants** et ce, notamment, à travers les stages, les investigations de terrain, la sensibilisation à l’importance du secteur touristique. Cette professionnalisation développe l’acquisition d’habiletés managériales spécialisées. Elle ouvre, également, de larges perspectives d’emploi, dans un domaine d’activité en essor, et dont l’objet consiste à offrir des services de loisirs à une clientèle d’origine internationale, d’où l’importance de l’apprentissage des principales langues étrangères, à l’instar de l’anglais, de l’allemand et de l’italien. 2. **L’accueil à l’école de professionnels du tourisme intéressés par l’amélioration de leurs compétences et voulant compléter leur formation de manière à s’offrir les conditions d’accès à des postes de responsabilité plus importants**. En effet, cette population constitue une cible intéressante pour la formation, dans la mesure où les individus forts d’une certaine expérience professionnelle ne demandent parfois qu’à être canalisés vers les créneaux porteurs et dotés d’une démarche d’analyse pertinente pour se lancer dans leurs carrières professionnels. |
|  |

1-3- Conditions d'accès à la formation et pré-requis

|  |
| --- |
| Le public cible de la formation est constitué en priorité des Diplômés en Licences appliquées ou fondamentales de toutes les spécialités de la gestion, du management, de l’économie, de l’informatique de gestion et en particulier la gestion touristique et hôtelière, des études commerciales et comptables et de l’économie.  Nombre prévu des Etudiants repartis sur les années d’habilitation : 40 Etudiants. |
|  |

1-4- Perspectives professionnelles du parcours

|  |
| --- |
| Ce diplôme est développé en partenariat avec les milieux professionnels afin de répondre au mieux au marché du travail. Il aborde les champs essentiels du management touristique pour couvrir une large gamme des métiers de l’activité touristique et donner les outils nécessaires à des carrières évolutives. |
| La formation conduit à une insertion dans un des métiers dutourisme qui constitue un domaine d’activitéparticulièrement apprécié sur le marché de l'emploi. Les diplômés peuvent trouver un emploi dans le secteur touristique : les hôtels, les agences de voyage, les parcs de loisir, les centres d’animation, la restauration. Ils peuvent aussi créer leur propre projet touristique. |

1-5- Perspectives de poursuite d'études supérieures pour les étudiants les plus distingués

|  |
| --- |
| La poursuite des études dépendra de la création d’un nouveau diplôme de Doctorat Professionnel. |
|  |

2- Descriptif détaillé du parcours

**Présentation d'un Parcours LMD**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Université : Manouba** | **Etablissement : Ecole Supérieure de Commerce de Tunis** | **Mastère** | **Professionnel** | **Management Touristique et Hôtelier** |
|  |  |
| **Domaine de formation : Sciences de Gestion** | | **Mention** | **Management** | |

**Semestre 1**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Unité d'enseignement** | **Type de l'UE (Fondamentale / Optionnelle)** | **Elément constitutif d'UE (ECUE)** | **Volume des heures de formation présentielles (14 semaines)** | | | | **Nombre des Crédits accordés** | | **Coefficients** | | **Modalité d’évaluation** | |
| **Cours** | **TD** | **TP** | **Autres** | **ECUE (le cas échéant)** | **UE** | **ECUE (le cas échéant)** | **UE** | **Contrôle continu** | **Régime mixte** |
| 1 | **Economie histoire et géographiedu Tourisme** | UE Fondamentale | -Economie, histoire et géographie du Tourisme | 42 h | - | - | - | 6 | 6 | 2 | 2 |  | X |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | **Gestion et communication des Services Hôteliers et Touristiques** | UE Fondamentale | - Marketing des Services Hôteliers et Touristiques  - Communication de crises en tourisme | 28 h  28 h | - | - | - | 2  2 | 6 | 2  2 | 6 |  | X  X |
| -Contrôle de Food and Beverage | 28 h | - | - | - | 2 | 2 |  | X |
| 3 | **OrganisationsHôtelière et digitale** | UE Fondamentale | - Organisation Hôtelière  - Marketing digital appliqué au Tourisme | 42 h  28 h | -  - | -  - | -  - | 3  3 | 6 | 2  2 | 4 |  | X  X |
| 4 | **Soft Skills et culture générale** | UE Transversale | - Anglais I | 28 h | - | - | - | 3 | 6 | 2 | 4 |  | X |
| - Français des affaires : langue | 28 h | - | - | - | 3 | 2 |  | X |
| 5 | **Soft Skills et culture générale** | UE Optionnelle | - Italien I  -Droit Touristique I : Institutions publiques touristiques | 28 h  28 h | - | - | - | 3  3 | 6 | 2  2 | 4 |  | X  X |
|  | **Totale** |  | **308h** |  |  |  | **30** | **30** | **20** | **20** |  |  |

**Présentation du Parcours**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Université : Manouba** | **Etablissement : Ecole Supérieure de Commerce de Tunis** | **Mastère** | **Professionnel** | **Management Touristique et Hôtelier** |
|  |  |
| **Domaine de formation : Sciences de Gestion** | | **Mention** | **Management** | |

**Semestre 2**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Unité d'enseignement** | **Type de l'UE (Fondamentale / Optionnelle)** | **Elément constitutif d'UE (ECUE)** | **Volume des heures de formation présentielles (14 semaines)** | | | | **Nombre des Crédits accordés** | | **Coefficients** | | **Modalité d’évaluation** | |
| **Cours** | **TD** | **TP** | **Autres** | **ECUE (le cas échéant)** | **UE** | **ECUE (le cas échéant)** | **UE** | **Contrôle continu** | **Régime mixte** |
| 1 | **Informatique et Méthodes Quantitatives et Qualitatives Appliquées** | UE Fondamentale | - Progiciels de Gestion | 28 h | - | - | - | 3 | 6 | 2 | 4 |  | X |
| - TQG Appliquées aux Activités Touristiques | 42 h | - | - | - | 3 | 2 |  | X |
| 2 | **Tourisme régional, national et International** | UE Fondamentale | -Dynamique du Tourisme  - Tourisme culturel et valorisation patrimoniale | 42 h  28H | - | - | - | 3  3 | 6 | 2  2 | 4 |  | X  X |
| 3 | **Comptabilité et Contrôle de Gestion** | UE Fondamentale | - Comptabilité Hôtelière | 28 h | - | - | - | 3 | 6 | 2 | 4 |  | X |
| - Contrôle de Gestion | 28h | - | - | - | 3 | 2 |  | X |
| 4 | **Soft Skills et culture générale** | UE Transversale | - Français des affaires : communication | 28 h | - | - | - | 3 | 6 | 2 | 4 |  | X |
| - Anglais II | 28 h | - | - | - | 3 | 2 |  | X |
| 5 | **Soft Skills et culture générale** | UE Optionnelle | - Italien II  -Droit Touristique II : La réglementation spéciale de l’activité touristique | 28 h  28h | - | - | - | 3  3 | 6 | 2  2 | 4 |  | X  X |
| **Totale** | |  | **308h** |  |  |  | **30** | **30** | **20** | **20** |  |  |

**Présentation du Parcours**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Université : Manouba** | **Etablissement : Ecole Supérieure de Commerce de Tunis** | **Mastère** | **Professionnel** | **Management Touristique et Hôtelier** |
|  |  |
| **Domaine de formation : Sciences de Gestion** | | **Mention** | **Management** | |

**Semestre 3**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Unité d'enseignement** | **Type de l'UE (Fondamentale / Optionnelle)** | **Elément constitutif d'UE (ECUE)** | **Volume des heures de formation présentielles (14 semaines)** | | | | **Nombre des Crédits accordés** | | **Coefficients** | | **Modalité d’évaluation** | |
| **Cours** | **TD** | **TP** | **Autres** | **ECUE (le cas échéant)** | **UE** | **ECUE (le cas échéant)** | **UE** | **Contrôle continu** | **Régime mixte** |
| 1 | **Management et Audit Hôteliers** | UE Fondamentale | -Management Hôtelier  - Audit Hôtelier | 42 h  28 h | - | - | - | 3  3 | 6 | 2  2 | 4 |  | X |
| 2 | **Management de la Qualité** | UE Fondamentale | -Management de la Qualité  **-**Hygiène hôtelière et sécurité alimentaire | 42 h | - | - | - | 3  3 | 6 | 2  2 | 4 |  | X |
| 28 h | - | - | - |  |  |  |  |
| 3 | **TIC et Formation opérationnelle** | UE Fondamentale | -Smart Tourisme | 28 h | - | - | - | 3 | 6 | 2 | 4 |  | X |
| -Marketing des Destinations | 28 h | - | - | - | 3 | 2 |  |  |
| 4 | **Soft Skills et culture générale** | UE Transversale | -Anglais III : TOEIC | 28 h | - | - | - | 3 | 6 | 2 | 4 |  | X |
| -Italien III | 28 h | - | - | - | 3 | 2 |  |  |
| 5 | **Soft Skills et culture générale** | UE Optionnelle | -Pratiques Hôtelières  Cuisine/restauration/Etage/Réservation  - Projet Personnel et Professionnel | 28 h  28h |  |  |  | 3  3 | 6 | 2  2 | 4 |  | X  X |
|  | **308h** |  |  |  |  | **30** | **20** | **20** |  |  |

**4ème Semestre**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Unité**  **'enseignement** | **Type de l'UE (Fondamentale / Optionnelle)** | **Elément constitutif d'UE (ECUE)** | **Volume des heures de formation présidentielles (14 semaines)** | | | | **Nombre des Crédits accordés** | | **Coefficients** | | **Modalité d’évaluation** | |
| **Cours** | **TD** | **TP** | **Autres** | **ECUE (le cas échéant)** | **UE** | **ECUE (le cas échéant)** | **UE** | **Contrôle continu** | **Régime mixte** |
| 1 | **Stage de formation** | UE fondamentale | 1) **Stage et Rapport de Stage** |  |  |  |  |  | **30** |  |  |  |  |
| Durée : **14 semaines** |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

3- Descriptif des stages et des activités pratiques de fin d'études (objectifs, organisation, durée, lieu, activités, rapport de stage, soutenance de mémoire, valeurs en crédits, validation….)

|  |
| --- |
| Un stage obligatoire d’une durée de 14 semaines est réservé au quatrième semestre du mastère professionnel en Management des Affaires Touristiques. Il doit permettre d’acquérir une expérience professionnelle qui complète les enseignements théoriques et de mettre en pratique les méthodes, les techniques et les approches étudiées. Son objectif est de préparer de façon optimale l’insertion professionnelle future dans la vie active. Le stage doit être effectué dans des organisations en rapport avec l’activité touristique, tels que les hôtels, les agences de voyage, les centres de loisirs, l’ONTT, etc. Il doit permettre à l’étudiant de se voir confier des tâches directement opérationnelles dans lesquelles il pourra valoriser ses connaissances scientifiques et techniques mais aussi acquérir de nouvelles compétences. Un tuteur universitaire en assure le suivi. La période de stage débute dès la fin du mois de janvier pour une durée de 14 semaines.  **Le stage** débouche sur la rédaction et la soutenance d'un rapport qui, à l’image du stage, doit être une contribution originale en matière de management touristique. Le candidat doit aborder le sujet retenu, qui doit être défini durant les premiers temps du stage, à la fois sous un angle théorique et pratique. Pour ce faire, l’étudiant bénéficie d’un double encadrement académique et professionnel.  L’élaboration du rapport sollicite ainsi les qualités de synthèse, d’analyse et de rédaction de son auteur. Il doit donner à l’étudiant l’occasion de rassembler une documentation, de faire l’état de l’art sur un sujet particulier. Il doit aussi permettre de déceler chez le candidat l’aptitude à élaborer une synthèse à la fois théorique et pratique sur un sujet spécifique et pratique se rapportant au thème de son stage. |
| Le rapport de stage est présenté et soutenu publiquement devant un jury constitué d’au moins trois membres, dont les deux encadreurs académicien et professionnel, une fois que ces derniers auront autorisé le dépôt dudit rapport à la scolarité du Mastère. |

4- Interliaisons entre les semestres du parcours, passerelles, évaluation et progression

|  |
| --- |
| Les enseignements par semestre sont organisés par ordre de spécialisation croissante ; de cette manière, les UE enseignées au cours de chaque semestre constituent un pré-requis pour la compréhension des UE du semestre suivant. |
| Le stage effectué devrait établir le lien entre une problématique déjà appréhendée dans un des cours théoriques et que l’étudiant a décelé durant son stage dans l’organisation d’accueil. |

5- Liste des enseignants et des autres compétences participants aux activités de formation

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Nom / Prénoms | Grade et spécialité | UE concernées |
| 1- De l'établissement | SamihaChemli | Coordinatrice du Master MTH  Maître AssistanteManagement des organisations  Marketing du Tourisme | - Marketing Des Destinations Touristiques  - Marketing des Produits et Services Touristiques |
| Abir Sahraoui | Maître Assistante en Management  Spécialité : Marketing | -Tourisme culturel et patrimonial |
| Fatma KCHIR | Co- Coordinatrice du Master MTH  Maître Assistante Economie  Economie du Tourisme | -Economie, histoireet géographie du Tourisme |
| Ilia Taktak | Maître Assistante Management | -Management de la Qualité |
| Jamel Edine CHICHTI | Professeur Emérite de l’enseignement supérieur  Science de gestion Finance  Ancien PDG de Tunisair  Président du conseil de la STB | - Dynamique du Tourisme |
| KamelNaoui | Professeur de l’enseignement supérieur  Science de gestion Finance  Directeur de l’ESC de Tunis | * Contrôle de gestion |
| Khaled Ben Ali | Maître Assistant Marketing Digital  Smart Tourism | - Smart Tourism  - Progiciels de Gestion |
| Mounirchaabani | Maître Assistant Méthodesquantitatives | TQG appliquées aux activités touristiques |
| Jawhar ben Mbarek | Maître Assistant  Droit | -Droit Touristique 1 : Contrats spéciaux au secteur touristique  **- Droit Touristique 2 : Institutions de la gouvernance touristique** |
| FayçalMhamedi | Professeur Principal | Anglais I et II |
| MondherZneidi | Professeur Principal | Anglais III- TOEIC prep |
| Sonia El Euch | PES | -Français des Affaires : Langue  -Français des Affaires : Communication |
| 2- D'autres établissements universitaires (à préciser) | Adnen ROMDHANI | Assistant  Faculté 9 avril | Italien I, II et III |
|  | Moemen ben Younes | Vacataire  Institut des Hautes Etudes Touristiques de Sidi Dhrif  (IHET) | **Pratiques Hôtelières**  **Cuisine/restauration/Etage/Réservation** |
| 3- Non universitaires (à préciser) | Habib Ben Moussa | Contrat Expert Depuis 2009  professionnelenhôtellerie  Directeur de l’hôtel Dar Enaouardepuis 2002 | **- Management Hôtelier**  -Contrôle de Food and Beverage |
| HoucineGamra | Expert Comptable  Depuis2014 | -Comptabilité Hôtelière |
| TaharBarbirou | Contrat Expert depuis 2014  Professional enhôtellerie  (Directeur de l’hôtel Dar Ennaouar) | -Audit hotelier  -Organisation hôtelière |
| Walid triter | Contrat Expert  Depuis 2013  Directeur de l’agence de voyage « Monarque Travel »  et de l’agence en ligne « Promohotel.tn » | -Marketing Digital appliqué au Tourisme |
| Aymen Ben Achour | Vacataire  Depuis 2014 | -Management de la sécurité alimentaire et de l’eau |
|  | SelimRihani | VacataireDepuis 2018  Chef de service Communication  À l’Office de l’AviationCivileaérienne (OACA) | -Communication de crises entourisme |

6- Equipements pédagogiques et locaux

6-1- Equipements disponibles

|  |
| --- |
| - La bibliothèque de l’ESC de Tunis est assez fournie en références bibliographiques spécialisées dans domaine du Tourisme. |
| - Une salle dédiée à l’enseignement à distance.  - Deux salles informatiques équipées de logiciels de bureautiques, d’économétrie et d’analyse des données, de programmation informatique, etc. |

6-1- Equipements prévus

|  |
| --- |
| ……………………………………………………………………………………………… |
| ……………………………………………………………………………………………… |

7- Partenariat (préciser la nature des partenariats et ses modalités)

L’Ecole Supérieure de Commerce de Tunis a instauré un partenariat libre avec un certain nombre d’experts et des unités touristiques et hôtelières. Une telle démarche est utile pour le placement des étudiants en stage, pour l’encadrement professionnel, pour l’invitation des professionnels à animer des enseignements pratiques et, surtout, pour favoriser le recrutement des diplômés après leur réussite finale.

-7-1- Partenariat universitaire

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Etablissement | Activités | Nature et modalités des partenariats |
| Institut des Hautes Etudes Touristiques de Sidi Dhrif | Enseignement  les modules enseignés dans le programme sont la cuisine et la restauration. |  |

7.2 Partenariat avec le milieu professionnel, économique et social

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Etablissement | Activités | Nature et modalités des partenariats |
| Fédération Tunisienne de l’Hôtellerie  (FTH) | * Stages * Interventions des professionnels * Participation et réalisation des conférences | Partenariat signé  le 8 avril 2016 |
| Fédération Tunisienne des agences de voyages  (FTAV) | * Stages * Interventions des professionnels * Participation et réalisation des conférences | Partenariat signé  Le 7 avril 2016 |
| Observatoire du Tourisme | Réalisation des conférences  Création de sites web des 24 gouvernorats de la Tunisie  Participation annuelle et active au salon du tourisme au Parc des Expositions de Tunis au Kram | Partenariat signé le 27 septembre 2016 portant sur le projet « e-promotion des régions » |
| FI2T | * Stages * Interventions des professionnels * Participation et réalisation des conférences | Partenariat signé  Le 5 mars 2016 |
| Union Nationale de l’Industrie Hôtelière  (UNIH) | * Stages * Interventions des professionnels * Journée Portes Ouvertes * Participation et réalisation des conférences | Partenariat signé  Le 16 avril 2018 |

7. 3 Autres types de partenariat

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Etablissement | Activités | Nature et modalités des partenariats |
| Ministère du Tourisme |  |  |
|  |  |  |

|  |
| --- |
| Avis et visas |
| Le Directeur de l’/ESC de Tunis |
| Le conseil scientifique de l’ESC de Tunis, réuni le 08/03/2018, a donné son avis favorable pour la création du Master Professionnel en « Management Touristique et Hôtelier».  Approuvé x Non approuvée  Motifs du refus …………………………………...…………………………………...  ………………………………………………………………………………………….  Date, Signature et cachet du chef d'établissement |
| La Présidente de l'Université de la Manouba |
| L'avis du conseil de l'université doit se baser sur les critères de qualité, d'adaptabilité, et d'efficacité. Il doit favoriser l'exploitation optimale des ressources humaines et matérielles au niveau de l'université.  Approuvé / Non approuvée  Motifs du refus …………………………………...…………………………………...  ………………………………………………………………………………………….  Date, Signature et cachet de la Présidente de l'Université |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

Unité d’Enseignement **: Economie, histoire et géographie du tourisme**

Code UE : 1

**Economie, histoire et géographiedu Tourisme**

|  |
| --- |
| Code UE :**Code ECUE : 1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Economie, Histoire et géographie du Tourisme**  **Volume horaire : 42 h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| Ce cours a pour objectif d'aider l'étudiant à connaître et comprendre l'environnement économique, en particulier dans sa dimension internationale, des activités et entreprises touristiques; apprécier l'importance économique du tourisme et connaître les mécanismes par lesquels les principales variables économiques influencent les activités touristiques; savoir utiliser les méthodes de calcul économique dans le domaine du tourisme.   * Macroéconomie appliquée au tourisme; revue des notions importantes de macroéconomie; la place du tourisme dans l'économie globale; son impact sur le développement économique; incidence des politiques gouvernementales sur le développement touristique. * Économie internationale et tourisme; balance des paiements et tourisme; la détermination du taux de change et son impact sur le tourisme; autres facteurs qui influencent la compétitivité internationale des entreprises touristiques. * Application au tourisme des notions de microéconomie ; analyse des déterminants de l'offre et de la demande touristique; produits et marchés touristiques. * Prendre conscience du rôle économique grandissant du tourisme en Méditerranée malgré une conjoncture difficile nécessitant une remise en cause des structures existantes. |
| **PRE REQUIS** |
| - Les notions importantes de macroéconomie  - Les notions de microéconomie; analyse des déterminants de l'offre et de la demande.  - Les notions d’économie internationale |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| Introduction générale  Chapitre I / Evolution historique du tourisme  Section I / Définition et caractéristiques du tourisme  Section II / Typologie du tourisme  Section III/ L’histoire du tourisme mondiale  Section IV/ L’évolution historique du tourisme tunisien  Chapitre II / L’importance du Tourisme dans l’économie  Section I/ Le tourisme comme secteur d’appui de l’économie  Section II / Le Tourisme, créateur d’emploi et générateur de revenu en devises  Section III/ Le Tourisme et la balance des paiements  Section IV/ La structure du marché touristique  Section V/ Les enjeux du tourisme  Chapitre III/ Les concepts de l’offre et de la demande touristiques : déterminants et élasticités  Section I/ L’offre de secteurs spécifiques  Section II/ L’offre et les caractéristiques du produit touristique  Section III/ Analyse des déterminants de la demande touristique  Section IV/ Les élasticités de l’offre et de la demande touristiques  CHAPITRE IV : Système touristique méditerranéen : diversité et complexité  Section I/ L’offre touristique en Méditerranée : spécificités et limites  Section II/ Tourisme dépendant : Dominance de la composante balnéaire  Section III/ Spécificités touristiques des pays de la rive nord   * cas de la France * cas de la Turquie   Section IV/ Spécificités touristiques des pays de la Rive Sud et Est :   * cas de la Tunisie et du Maroc * cas de l’Egypte   Chapitre V/ Les entreprises touristiques : principales actrices de l’économie du tourisme  Section I/ Typologie des entreprises touristiques  Section II/ Les variables internes à l'entreprise touristique  Section III / Variables externes à l'entreprise touristique |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

**Unité d’Enseignement : Gestion et communicationdesServices Hôteliers et Touristiques**

Code UE : 2

**Marketing des produits touristiques et hôteliers**

|  |
| --- |
| Code UE :**Code ECUE : 2 1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Marketing des produits touristiques et hôteliers**  **Volume horaire : 28h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| * Comprendre la problématique des destinations touristiques. * Savoir utiliser les outils du marketing pour le développement touristique d'une destination. * Etre capable d’analyser le matériel promotionnel d’une destination |
|  |
|  |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| **Chapitre 1 : Introduction au Marketing des destinations touristiques**   * Qu’est-ce qu’une destination ? * Les différences entre les destinations * Enjeux et spécificités du tourisme   + Le poids économique du tourisme     - Quantifier le tourisme     - Le tourisme sur le plan international, national, régional et local * Le tourisme, enjeu de développement durable   + Tourisme et développement local, aménagement du territoire, environnement   + Mise en tourisme du patrimoine, de la culture, des sports et des loisirs   + Tourisme bleu, blanc et vert… * Evolution et prospectives   + Tendances actuelles,   + Mutation de la demande,   + Evolution de l’offre   **Chapitre 2 : Positionnement d’une destination Touristique et les marques touristiques**   * Positionnement et ‘mix marketing’ d’une destination touristique   + Positionnement d’un territoire en tant que destination touristique   + La création de produits touristiques sur une destination * Les erreurs de positionnement * Exemples * Les marques touristiques   + La notion de marque en tourisme   + Les différentes marques / la marque territoriale * Le Marketing mix et l’extension * Les 4 P appliqués à des destinations touristiques * L’extension (3P)   **Chapitre 3 : Mise en Marché du tourisme**   * La distribution en tourisme   + Les différents circuits de distribution   + Les enjeux des destinations * Les composantes du ‘promotional mix’ * La promotion d'une destination * La communication institutionnelle * La communication commerciale * La gestion de la communication   **Chapitre 4 : Le layout**   * Les composantes d’un bon layout (online ou offline) * L’analyse du CRAP sur le design d’un layout (site web et brochures) * L’analyse sémiotique appliquée aux promotional mix d’une destination touristique.   **Bibliographie :**   * Kozak, M. (2006). Progress in tourism marketing * Holloway, C, J. (2004) Marketing for tourism, 4th Edition * Middelton et al (2001) Marketing in travel and tourism   **Les revues scientifiques :**   * Tourism management * Annals of tourism research * Sport tourism destinations * Anatolia |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |
|  |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

**Unité d’Enseignement : Tourisme Electronique et Marketing**

|  |
| --- |
| Code UE : 3 |

**Intitulé de la matière : La Communication de Crise en Tourisme**

Unité d’Enseignement**UE 3**

|  |
| --- |
| Code UE 3 |

**ECUE 33**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE 3-3** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : La Communication de Crise en Tourisme**  Volume horaire : 28 H |
| **OBJECTIFS** |
| **L'objectif général**de ce cours est de partager avec les étudiants une réflexion sur les bonnes pratiques en matière de communication des crises survenues dans le secteur touristique. |
|  |
|  |
| **PLAN DU COURS**  **Chapitre I : Les caractéristiques de la crise dans le secteur touristique** Section 1 : DéfinitionSection 2 : Typologies des crisesSection 3 : Le déroulement de la crise   **Chapitre II : Organisation & stratégies de la communication de crise** Section 1 : L’organisation matérielle de la criseSection 2 : L’organisation de la communicationSection 3 : Les stratégies de communication en temps de criseChapitre III : Les relations avec les médiasSection 1 : Le rôle des médias en situation de criseSection 2 : Les principes de relations avec la presseSection 3 : La prise de paroleChapitre IV : Enjeux actuels dans le secteur touristiqueSection 1 : La communication de crise 2.0Section 2 : La rumeurSection 3 : Le public face aux crises |
| **BIBLIOGRAPHIE** |
| D. Heiderich, Rumeurs sur internet, Village Mondial, 2004  E. Bloch, Communication de crise et réseaux sociaux, Dunod, 2012  E. TranThanh Tam, L’entreprise anticrises, Les éditions de l’organisation, 1996  J. C. Levinson, Guerilla Marketing, Houghton Mifflin, 1984  M. Fanelli-Isla, Guide pratique des réseaux sociaux, Dunod, 2010  T. Libaert, La Communication de crise (3ème édition), Dunod, 2010  V. Ducret, Le Guide de l’influence, Eyrolles, 2010 |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

**Unité d’Enseignement: Gestion des Services Hôteliers et Touristiques**

|  |
| --- |
| Code UE 2 |

**ECUE 2 2**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE 2-2** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Contrôle Food and Bevarage**  **Volume horaire : 28h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| L'objectif de ce cours est de :  \* Permettre aux étudiants de maitriser les différentes techniques de calcul des coûts ;  \* Connaitre les différentes procédures nécessaires pour le service F and B (telles que les procédures d’achats, de prélèvements…..) ;  \* Connaitre les taches du contrôleur F and B ;  \* Maitriser les techniques d’établissement des cartes restaurants et bars |
| **PRE REQUIS** |
|  |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| Chapitre 1 : LE CONTROLE FOOD & BEVEREGE   1. Définition : 2. Historique : 3. Qui exerce le contrôle de restauration : 4. Champ d’action de contrôle F&B : 5. Principal procédures de contrôle Food and Beverege :   Chapitre 2 : PRINCIPES GENERAUX DE CONTRÔLE DE RESTAURATION  Section 1: comment classé et répertorier les produits nourritures et boissons ?   1. Objectif : 2. Marche à suivre :   Section 2: comment répertorier et classer les fournisseurs ?   1. Objectif : 2. Marche à suivre :   Section 3: comment Organiser les achats ?  Section 4: comment mettre en place des standards de productions ?   1. Les standards nourritures :   A/ Le livre des menus  B/ Les fiches des recettes :  C/ La fiche de rendement :  D/Les standards de portionnage :  E/ La fiche technique   1. Les standards boissons :   Chapitre 3 : LE CONTRÔLE DE LA CUISINE ET DES RESTAURANTS  Section 1: le contrôle des ventes nourritures « FOOD »   1. Le ratio sur cout matière (le FOOD COST) : 2. Diagnostic des écarts :   Section 2: Le contrôle des ventes beverege (le ratio BeveregeCost)   1. Les différents types de boissons du secteur beverage: 2. Le contrôle des ventes “Beverage” au bar 3. Le rapprochement cout boissons: 4. Les contrôles des ventes des bars :  |  |  | | --- | --- | |  |  |   Chapitre 4: Les menus et cartes  Introduction  Section 1: Les Menus   1. Le menu « tout compris » 2. Le menu modulable 3. Le menu « plat principal » 4. La formule du jour 5. Le menu « banquet »   Section 2: La carte permanente, saisinnière et/ou spécialisée   1. La carte permanente 2. La carte saisonnière 3. Les cartes spécifiques   Section 3:La confection des cartes   1. Choix du support 2. Choix du format   Section 4:La législation de la carte  Section 5:La fixation des prix sur la carte   1. La méthode du coefficient multiplicateur 2. Les principes d'Omnès   **Bibliographie** |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

**Unité d’Enseignement: Organisation Hôtelière et Digitale**

|  |
| --- |
| Code UE 3 |

**Intitulé de la matière : Organisation hôtelière**

**ECUE 3 1**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE 3-1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Organisation hôtelière**  **Volume horaire : 42 h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| L'objectif de ce cours est de :  -Connaitre les courants de pensée de l’organisation et les composants d’une structure  -Savoir décoder une organisation  -Connaitre et maitriser les métiers de l’hôtellerie  -Maitriser l’organisation d’une entreprise hôtelière |
| **PRE REQUIS** |
| -Notions de base autour de l’histoire de la pensée en matière d’organisation d’entreprises  - Quelques connaissances à propos des métiers de l’hôtellerie |
| **PLAN DU COURS** |
| **Introduction**  **Chapitre I : L’essentiel des courants de pensée de l’organisation**   1. L’école fonctionnaliste 2. L’école critique   **Chapitre II : Les composants d’une structure**   1. **L’approche globale** 2. **Le modèle d’Henri Mintzberg**   2.1 La composition d’une organisation  2.2 Les paramètres de conception  2.3 La théorie de contingence  2.4 Les types d’organisation selon d’Henri Mintzberg  2.5 Les limites de l’auteur   1. **Une nouvelle forme d’organisation : l’organisation apprenante**   2.1 L’apprentissage individuel au sein d’une organisation  2.2 L’apprentissage collectif ou l’organisation apprenante  2.3 La notion de mémoire collective  2.4 Les méthodes collectives de transmission  **Chapitre III : Décoder une organisation**   1. **L’organisation sous l’angle rationnel**    1. L’approche de Taylor 1911    2. L’approche de Weber XIX siècle 2. **L’école des relations humaines (motivation)** 3. **L’école du pouvoir, le modèle de crozier-friedberg**   3.1 La thèse des auteurs   * 1. L’acteur   2. les contraintes de l’environnement   3. Les relations de pouvoir   4. Structure organisationnelle   5. Le concept de relais  1. **L’école du leadership** 2. **L’école de la décision** 3. **L’école de la valeur**   6.1 Le modèle  6.2 Exemple d’une analyse  6.3 la valeur de groupe : le tableau de bord prospectif  **Chapitre IV : Les métiers de l’hôtellerie**   1. **Les métiers classiques de l’hôtellerie**    1. Les catégories d’emploi dans l’hôtellerie et les différents postes d’emploi conséquents par département    2. Les attributions des différents postes d’emploi en hôtellerie 2. **Les métiers émergents de l’hôtellerie**   2.1 Quelles catégories d’emploi pour les postes d’emploi émergents de l’hôtellerie  2.2 Les attributions des postes d’emploi émergent de l’hôtellerie  **Chapitre V : L’organisation d’une entreprise hôtelière**   1. **La direction générale d’une entreprise hôtelière** 2. **Les départements rattachés en staff par rapport à la direction générale**   2.1 le département d’audit interne  2.2 Le département de contrôle de gestion  2.3 Le département « hygiène et qualité »   1. **Les directions d’une entreprise hôtelière**   3.1 la direction d’hébergement  3.2 La direction de restauration  3.3 La direction d’entretien et maintenance  3.4 la direction financière et administrative  3.5 la direction du marketing et des ventes  Conclusion générale  **Bibliographie**  -Richard Sopranot Organisation et gestion de l’entreprise, Dunod Paris 2012.  -Jean Michel plane La théorie des organisations Dunod Paris 2017  -Hervé Ghannard L’organisation de l’entreprise Editions de Vecchi Paris 2005  -Philip Kotler, JhnT.Bowen et James C.Makens Marketing du tourisme et de l’accueil  Pearson 2016  -Beaujolin François, Vers une organisation apprenante, Editions Liaisons, Paris 2011.  -ONISED (auteur) les métiers de l’hôtellerie et de la restauration Broché 2014 |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

**Unité d’EnseignementUE 3: Organisation Hôtelière et Digitale**

|  |
| --- |
| Code UE 3 |

**Intitulé de la matière : Marketing Digital appliqué au Tourisme**

**ECUE 3 2**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE 3 -2** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Marketing Digital appliqué au Tourisme**  **Volume horaire : 28 h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| L'objectif de ce cours est de montrer l’impact de l’Internet sur le tourisme et les stratégies des entreprises touristiques. |
| **PRE REQUIS** |
|  |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| CHAP INTRODUCTIF :  Qu'entend-on par « Agence de voyages », « Tour-opérateur » et « Forfait touristique »  Chapitre I. Evolution des circuits de distribution des produits touristiques   1. GDS : global distribution system 2. OTA’s : online travel agency   Chapitre II. Site web  Límportance dún site Web pour une entretprise touristique  Comment maintenir le site web ( devopper les notion de base: site dynamique ou statique , hebergement d‘un site web , referencement naturel et payant ,  Comment analyser un site web : google analytics ......  Comment devenir une agence de voyage connectée  Chapitre III. Les Sites communitaires  Definition des differents sites ( holidaycheck, Tripadvisor....)  La gestion de ces sites  Límportance de ces sites et leurs impact sur les ventes et le choix des clients  Chapitre IV. Les resaux sociaux  Definitions des reseaux et leurs importances  Les reseaux sociaux et leurs importances dans une stragtegie marketing dúne entreprise touristique  Inbound marketing  FACEBOOK une vitrine de vente ( les techniques a utiliser cas pratiques...)  YOUTUBE( les techniques à utiliser cas pratiques...)  INSTERGRAM ( les techniques à utiliser cas pratiques...) |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

Unité d’Enseignement **: Langues et Droit**

Code UE : 4

**Intitulé de la matière : Anglais I**

|  |
| --- |
| Code UE :**Code ECUE : 1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Anglais I**  **Volume horaire : 28h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
|  |
| **PRE REQUIS** |
|  |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| Chapitre I : What is tourismChapitre II : History of tourismChapitre III : Hospitality researchChapitre IV : Carres in tourism a hospitalityChapitre V : Tourism Marketing **Bibliographie** |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

Unité d’Enseignement **: Langues**

**Code UE : 4**

**Intitulé de la matière :** Français I

|  |
| --- |
| Code UE :**Code ECUE: 4 -1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Français I**  **Volume horaire : 28h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| L'objectif de ce cours est de doter les apprenants d’outils permettant une communication française plus fluide: une meilleure organisation des idées pour informer; formuler une réponse ou une demande: et pour émettre un point de vue et savoir le défendre. |
| **PRE REQUIS** |
| La communication axée sur les chapitres suivants: 1- Le résumé suivi d’une discussion; 2- Le compte rendu de texte; 3- L’exposé: Elaboration et Présentation. PRE REQUIS -Maîtriser la langue française dans sa globalité. -Connaître le schéma de communication composé des éléments suivants: émetteur, récepteur, message, référent, code et canal. - Etre en mesure de rédiger des écrits courts; selon une méthodologie acquise au cours du parcours de Licence. |
| I-Le résumé suivi d’une discussion: Point méthodologique: Le résumé: Le principes essentiels sont: la contraction du texte sans en dénaturer le sens et l'honnêteté intellectuelle.​-La réduction d’un support textuel initial.-La fidélité à la pensée de l’auteur. -La prise en compte de la totalité des parties composant le texte. La discussion: Le principe est d’émettre un jugement en reprenant à son compte la problématique évoquée par l’auteur.e. - Introduire et conclure. - Formuler une problématique - Formuler un plan - Discuter brièvement et justifier par les propos pris dans le texte  II- Le compte rendu de texte: Le principe est de mettre l’accent sur les différences entre le résumé et le compte rendu. Point méthodologique: - Introduire: Contexte général: Titre extrait de….; Auteur.e; idée générale;.... - Formuler La problématique abordée; - Rendre compte de la pensée de l’auteur.e en en faisant une lecture linéaire ou synthétique. - Conclure par une prise de position . Le but est de donner à lire une production soutenue par une approche méthodique reposant sur le respect de la langue et de ses exigences. III- L’exposé: Elaboration: -Introduire le sujet; - Formuler une problématique simple et précise; - Annoncer le plan; - Rédiger les parties; -Conclure. Présentation: La prise de parole en public est un exercice fastidieux qui nécessite un entrainement en permanence: -Reprendre Les composants de la communication verbale​ et non verbale ​. -Valoriser la présentation par une meilleure gestion de son trac et de son temps de parole. Bibliographie Divers manuels ou guides de Techniques d’expression ou de communication française utilisés dans les institutions. E |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

Unité d’Enseignement**UE 4**

|  |
| --- |
| Code UE 4 |

**Intitulé de la matière : Langue italienne (I- II-III)**

**ECUE 5-1 ET 4 2**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE 5-1 et 4-2** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : langue italienne**  **Volume horaire : 28h par semestre pour une durée de trois semestres** |
| **OBJECTIFS** |
| L'objectif de ce cours est de permettre l’apprentissage de l’expression et de la compréhension écrites et orales de **la langue italienne**, avec une insistance sur la conversation. Le développement des compétences linguistiques des étudiants des MTH1 et MTH2 sera vers un italien« standard et neostandard » qui leur permettra de soutenir leurs capacités communicatives. |
| **PRE REQUIS** |
| Le temps qui sert pour apprendre une langue étrangère peut varier d’une personne à l’autre. Toutefois, les tests de progrès permettront de vérifier le développement linguistique et d’évaluer les performances après chaque semestre. |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| Le cours que je propose est disposé en cinq unités d’enseignement, selon lesquelles l’étudiant pourra vivre une progression satisfaisante au niveau de l’apprentissage de la langue italienne:   * Étude intensive de la grammaire * Vocabulaire * Phonétique * Syntaxe et application * Ecoute et compréhension * Dialogue et communication * Méthode de la situation * Expressions idiomatiques et phraséologie * Compréhension orale et écrite * Lecture et analyse * Discussion guidée et synthèse * Libre conversation   **Bibliographie**   1. Alessandra LATINO, Marida MUSCOLINO, *Una grammatica italiana per tutti*, Roma,Edilingua, 2005. Vol I. 2. Alessandra Latino. Marida Muscolino, *Una grammatica italiana per tutti, regole d’uso,* Edilingua, Roma, 2008. 3. Angelo Chiuchiù-Mauro Bernacchi, *Manuale di tecnica e corrispondenza commerciale*, Prefazione di Gino Lorenzini 2da edizione riveduta e stampata ; Ed.Guerra ,Perugia, 1994. 4. Elena BALLARIN, Paola BEGOTTI, *Destinazione, l’italiano per operatori turistici*, Roma, Bonacci, 1999. 5. Giovanna PELIZZA, Marco MEZZADRI, *L’italiano in Azienda*, Perugia, Guerra, 2002. 6. K.KATERINOV, *Corso di lingua italiana per stranieri*, Perugia, ed.Guerra. 1990. (Volume 1 e 2). 7. Lo Duca/Solarino, *la città delle parole, Grammatica italiana per il biennio*, La nuova Italia editrice, Firenze, 1992. 8. Progetto italiano I. |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

Unité d’Enseignement**UE 5 : Langues et Droit**

|  |
| --- |
| Code UE 2 |

**Intitulé de la matière : Droit Touristique 1 : Les Institutions publiques du tourisme**

**ECUE 52**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE 5-2** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Droit Touristique 1 : Les Institutions publiques du tourisme**  **Volume horaire : 28h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
|  |
| **PRE REQUIS** |
|  |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| **Introduction :**  Section I : Le droit touristique : de droit de l’activité touristique  Section II : les caractères généraux du droit touristique  **Première Partie : Les structures nationales du tourisme**  **Chapitre I**: Les structures administratives centrales  Section I : Les structures Spécialisées  Sous-section 1 : le Ministère chargé du tourisme  Sous-section 2 : les Etablissement Publics intervenants  Section II : les structures administratives du tourisme de l’administration territoriale  Sous-section 1 : les structures administratives territoriales du ministère du tourisme  Sous-section 2 : Les structures locales de l’aménagement du territoire  **Chapitre II**: Le rôle des collectivités territoriales  Section I : Le développement du tourisme  Section II : L’encadrement du tourisme  **Partie II : Les Structures Mondiales du tourisme**  **Chapitre I**: L’organisation mondiale du tourisme (OMT)  Section I : Organisation de l’OMT  Section II : Rôle de l’OMT  **Chapitre II**: Le tourisme au sein des organisations régionales  Section I : Le tourisme au sein de l’OCDE  Section II : Le tourisme au sein de l’UE |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

Unité d’Enseignement **: Informatique et MQQA**

Code UE : 1

**Progiciels de Gestion**

|  |
| --- |
| Code UE :**Code ECUE : 1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Progiciels de Gestion**  **Volume horaire : 28h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| La finalité de ce module « Progiciels de gestion - pour les métiers du tourisme » - est de permettre aux étudiantsd’acquérir une base de connaissances et les compétences nécessaires pour :  - Maitriser la mise en place, l’utilisation et le fonctionnement des progiciels de gestion afin de tirerun maxde profit (management, marketing …)  - Comprendre les fondamentaux de la gouvernance des progiciels de gestion  - Optimiser la gestion et le pilotage de leurs progiciels de gestion en fonction des contraintes managériales, techniques et informatiques de leur entreprise.  - Maitriser les concepts fondamentaux et le vocabulaire nécessaire pour Interagir efficacement avec les experts en progiciels de gestion et formuler clairement leurs besoins en information et en solutions informatiques  - Anticiper les évolutions technologiques des progiciels de gestion afin de relever de nouveaux défis en fonction des objectifs et les spécificités de leur entreprise.  **Approche d’enseignement:**  - Discussions et études de cas : Priorité accordée aux entreprises touristiques  - Utilisations pratiques d’un progiciel de gestion - pour les métiers du tourisme  - Démonstrations : Importance & Apports (managériales et marketing) d’un progiciel de gestion pour les entreprises touristiques. |
| **PRE REQUIS** |
| - Les concepts fondamentaux des progiciels de gestion – (métiers du tourisme)  - Les aspects technologiques & Organisationnels des progiciels de gestion  - Les nouveaux modes de gouvernance des progiciels de gestion  - Les nouveaux modes de gestion des progiciels de gestion. |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| **Chapitre 1- Introduction aux progiciels de gestion.**  1. Définitions – Historiques  2. Système d’information & Progiciels de gestion  3. Architecture techniques & Ressources technologies  Discussions : Exemple de progiciels de gestion - pour les métiers du tourisme  TP- Initiation à l’utilisation d’un progiciel de gestion (pour les métiers du tourisme)  **Chapitre 2 – Gouvernance des progiciels de gestion**  1. Fondamentaux de la gouvernance des progiciels de gestion.  2. Performance & Gestion des ressources technologiques  3. Pilotage & Contraintes technologiques et managériales  **Discussions :** Principaux critères de performances d’un progiciel de gestion (Cas : Métiers du tourisme).  TP : Exercice & Utilisation pratique d’un progiciel de gestion (métiers du tourisme)  **Chapitre 3. Enjeux stratégiques des progiciels de gestion**  1. Importance managériale & Marketing  2. Facteurs clés de succès  3. Contraintes technologiques et managériales  **Discussions :** Principaux apports managériales et marketing d’un progiciel de gestion (Cas : Les métiers du tourisme)  TP - Exercices & Utilisation pratique (synergies : Progiciel & SAD – CRM- …)  **Chapitre 4 – Progiciels de gestion & « e-tourisme »**  1. Définitions & Importance des progiciels de gestion pour le « e-tourisme »  2. Possibilité de synergies entre progiciels de gestion & Sites web de ventes  3. Pilotage & Contraintes technologiques et managériales  **Discussions :** Exemples et possibilités de synergies entre : Progiciels de gestion & Sites web de ventes (Cas : Une entreprise touristique tunisienne)  Travaux pratiques : Exercice & Utilisations pratiques (Synergies avec un site web)  **Chapitre 5 – Progiciels de gestion & « GroupWare1»**  4. Définitions & Importance d’un « Groupeware »  5. Possibilités de synergies entre les progiciels de gestion & les « Groupware »  6. Pilotage & Contraintes techniques et managériales  **Discussions :** Exemples d’apports stratégiques (management –marketing …)  Travaux pratiques : Exercice & Utilisations pratiques (Synergies entre : Progiciels de gestion &Groupware - dans le cadre d’une stratégie d’e-tourisme)  **Chapitre 6. Progiciel de gestion & « Data-ware-house »**  1. Définitions & Importance d’un « Data-ware-house »  2. Possibilités de synergies entre : Pogiciels de gestion & « Data-ware-house »  3. Pilotage & Contraintes techniques et managériales  **Discussions :** Exemples d’apports stratégiques (management - marketing …)  Travaux pratiques : Exercice & Utilisations pratiques (Synergies entre : Progiciels de gestion &Datawarehouse - dans le cadre d’une stratégie d’e-tourisme)  **Chapitre 7- Conclusion & Synthèse**  I. Synthèse - Concepts fondamentaux  II. Synthèse- Principales utilisations d’un progiciel de gestion  III. Synthèse- Principaux apports des progiciels de gestion  « GroupWare » Travail en équipe & Automatisation des flux d’information «Workflow» |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

**Unité d’Enseignement : Informatique et MQQA**

|  |
| --- |
| Code UE : 1 |

**Intitulé de la matière : TECHNIQUES QUANTITATIVES DE GESTION**

|  |
| --- |
| Code ECUE : 1 - 2 |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : TECHNIQUES QUANTITATIVES DE GESTION**  **Volume horaire : 42 h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| L'objectif de ce cours est la quantification en termes socio-économique et environnemental de toute décision à prendre dans le domaine touristique et hôtelier. A ce propos, avant toute décision, il faut :   * Collecter les informations, * Adopter un modèle mathématique permettant le traitement des informations, * Interprétation des résultats obtenus par le modèle. |
| **PRE REQUIS** |
| La distinction entre les différents types de variables (quantitative, qualitative, ordinale) s’avère nécessaire. De plus, les principes de base de la statistique descriptive (moyenne, variance…) et inductive (estimation ponctuelle et par intervalle de confiance ...) sont des prérequis nécessaires. |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| Chapitre1 : Enquête et Analyse des Données   * Types de variables * Types d’Enquêtes * ACP : Analyse en Composantes Principales * ACM : Analyse des Correspondances Multiples   Chapitre 2 : Analyse Multicritère d’Aide à la Décision   * Famille des Actions * Famille des Critères * Tableaux de Performance * Méthode Electre III   Chapitre 3 : Recherche Opérationnelle   * Formulation d’un Programme Linéaire * Maximisation * Minimisation * Méthode de Simplexe   Chapitre 4 : Théorie de Jeux   * Jeux avec information certaine * Jeux avec information incertaine |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

Unité d’Enseignement**UE 2 : Tourisme régional, national et international**

|  |
| --- |
| Code UE 2 |

**Intitulé de la matière : Dynamique du Tourisme**

|  |
| --- |
| **ECUE 2 - 1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Dynamique du Tourisme**  **Volume horaire : 42h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| Ce module explore l'impact des problématiques du tourisme contemporaines sur les entreprises touristiques, tout en adoptant une perspective locale, nationale et internationale.  Les questions clés relatives à l'évolution des préférences des consommateurs, les processus des produits touristiques, l'utilisation des ressources liées au tourisme, ainsi que la gestion des risques et des crises sont explorés dans le contexte de développement des produits et des marchés. L'accent est mis sur une approche commerciale ciblée, en utilisant une panoplie d’études de cas et d’exemples pour les travaux d'exploration. L'objectif est d'évaluer les possibilités futures et d'évaluer les stratégies qui pourraient être proposées, afin d’être implémentées dans un environnement d'exploitation instable et dynamique. |
| **PRE REQUIS** |
| **- Notions de base autour des techniques de restauration**  -Maitrise de l’organisation d’une direction de restauration et des métiers des différents intervenants dans le processus de gestion de restauration |
| **PLAN DU COURS** |
| Chapitre 1 : Développements des produits et des marchés : locaux, nationaux et internationaux ;  Chapitre 2 : Evolution des consommateurs, de leurs préférences, leurs attentes et leurs besoins : en termes de tourisme et de destinations.  Chapitre 3 : Les stratégies à implémenter dans un environnement dynamique et instable ;  Chapitre 4 : **L’onde de choc des révolutions arabes sur le tourisme en Méditerranée**  **Section I/** Les Révolutions arabes indicatrices des carences d’un modèle touristique  **Section II/** L’adaptation de l’offre touristique à la conjoncture en méditerranée  **Section III/** Comment rendre le Tourisme un pivot de développement durable en méditerranée ? |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

**Unité d’Enseignement : Tourisme régional, national et international**

Code UE : 1

|  |
| --- |
| Code UE :**Code ECUE : 2** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Tourisme culturel et valorisation patrimoniale**  **Volume horaire : 28h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| Ce cours vise à sensibiliser l'étudiant aux interrelations historiques et actuelles entre le tourisme et la culture ; lui procurer à un corpus de référence de sites, d'attractions et de destinations touristiques à vocation culturelle à l'échelle nationale et internationale ; le rendre apte à réfléchir aux enjeux culturels et sociaux du développement touristique et à l'impact du tourisme sur le plan identitaire ; le familiariser avec le phénomène de l'attraction touristique, ses diverses composantes et ses modalités culturelles de lecture.  Considérées comme un nouvel outil pédagogique, les **sorties terrain**viennent nécessairement en appui du cours. Elles sont un moyen de découverte de l’environnement (rencontre de professionnels, d’artisans, de créateurs, des animateurs du patrimoine, etc.) |
|  |
|  |
| **PLAN DU COURS**  **Chapitre I : Tourisme et culture** Section 1 : Tourisme et culture : complémentarités et contradictionSection2 : Les produits du tourisme culturelLe tourisme religieux.Produits touristiques culturels : villes, patrimoine, musées, événementsProduits touristiques culturels : authenticité, ruralité, gastronomie   **Chapitre II : Tourisme et patrimoine** Section1 : La notion du patrimoineSection 2 : Tourisme et patrimoine : cas de la TunisieSection 3 : Tourisme et patrimoine mondialSection 4 : Mise en tourisme et valorisation du patrimoine**Chapitre III : Touristes amateurs de culture et de patrimoine** Section1 : Profils : Qui sont-ils?Section2 : Motivations |
| **BIBLIOGRAPHIE** |
| Bessière J. (2001), Valorisation du patrimoine gastronomique et dynamique de développement territorial, L'Harmattan.  Chamard C., Liquet J.-C., Mengi M. (2013), L’image de marque des régions françaises : évaluation du « capital territoire » par le grand public, Revue Française du Marketing, 4-5/5, n° 244-245, pp 27- 43  Chamard C., dir. (2014), Alaux C, Gayet J., Le marketing territorial – Comment développer l’attractivité et l’hospitalité des territoires ?, Ed. de Boeck.  [Christine Petr](http://www.persee.fr/author/persee_179490) (1997), Le marketing du patrimoine : à contexte particulier, méthodologie particulière, [Publics et Musées](http://www.persee.fr/collection/pumus), Volume 11  [Numéro 1](http://www.persee.fr/issue/pumus_1164-5385_1997_num_11_1?sectionId=pumus_1164-5385_1997_num_11_1_1091)  pp. 67-101.   * Duvigneau Jean et al, Le patrimoine culturel immatériel (2004), Les enjeux, les problématiques, les pratiques. Paris : Actes Sud, p. 51-58. * Evelyne Lehalle (2011), Le tourisme culturel.. Territorial éditions.   Fournier L. S., Crozat D., Bernié-Boissard C., Chastagner C.(2012), Patrimoine et valorisation des territoires, L'Harmattan.  Gombault A. (2009), Le marketing du patrimoine culturel, dans « Marketing de l’Art et de la Culture », Bourgeon-Renault D., Paris : Dunod, p. 175-210.  Juanchich L. (2007), Culture, tourisme et territoire : les apports du tourisme culturel au développement local, Mémoire de Master SECI, Institut d'Etudes Politiques de Lyon, Université Lyon 2.  Pellegrin Nicole **(**2001**),** Le Marketing Du Patrimoine Culturel, Editeur : Territorial**.**  Y. Evrard, D. Bourgeon et C.Petr. (2000), « Le comportement de consommation culturelle : un état de l’art », Actes du 16e Congrès International de l’Association Française de Marketing, 183-202, Montréal. |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |
|  |

Unité d’Enseignement**UE 3 : Comptabilité et contrôle de gestion**

|  |
| --- |
| Code UE 3 |

**Intitulé de la matière : Comptabilité Hôtelière**

|  |
| --- |
| Code **ECUE 3- 1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière :Comptabilité Hôtelière**  **Volume horaire :28 h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| 1. Rafraîchir les connaissances acquises par les étudiants en comptabilité générale par un rappel sur le système comptable Tunisien. 2. Apprendre aux Etudiants le système comptable hôtelier, avec toutes ses particularités sous un aspect pratique (procédures, organisation, supports d'information...) dans le but de les familiariser avec le milieu hôtelier. 3. Faire assimiler aux Etudiants l'application de l'Uniform System, tout en mettant en lumière son utilité pour gérer une entité hôtelière |
| **PRE REQUIS** |
| **- Notions de base de la comptabilité** |
| **PLAN DU COURS** |
| CH I- Introduction Générale  **1-** Présentation et étude du nouveau système comptable Tunisien à titre de rappel  **2-** Définition de l'hôtel  **3-** Caractéristiques économiques de l'activité hôtelière  **4-** Aspects juridique et fiscal de l’activité hôtelière.  **5-** Organisation d’un hôtel  CH II- Adaptation de la comptabilité financière générale aux particularités du secteur hôtelier  **1- Objectifs du système comptable hôtelier**  **1-1** Une facturation exhaustive et précise  **1-2** La protection du patrimoine (contrôle interne)  **1-3** Une bonne qualité d’information de gestion  **2- Organisation Comptable**  **2-1** Généralités  **2-2** Systèmes comptables  - Classique  - Centralisateur  - Informatisé  **3- Supports d'information financière spécifiques à l'entreprise hôtelière**  **3-1** Livre économat  **3-2** Main courante de l'hôtel  **3-3** Livres bars  CH III- Etude du système comptable Hôtelier  **1- Traitement Comptable des opérations spécifiques à l’hôtellerie**   * 1. Immobilisations   2. Stocks   3. Ventes-Clients   4. Achats- Stocks   CH IV- Etude du système comptable Américain "UNIFORM SYSTEM"  **1-** Présentation et définition  **2-** Objectifs de " l'Uniform System "  **3-** Fonctionnement de "l'Uniform System"  **4-** Limites du système  **5-** Exploitation des états financiers de "l'Uniform System"  **6-** Tableau comparatif entre le système comptable hôtelier Américain et celui Tunisie |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

Unité d’Enseignement**UE 3 : Comptabilité et contrôle de gestion**

|  |
| --- |
| Code UE 3 |

**Intitulé de la matière : Contrôle de Gestion**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE 3 - 2** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Contrôle de Gestion**  **Volume horaire :28 h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
|  |
| **PRE REQUIS** |
|  |
| **PLAN DU COURS** |
| Chapitre I : Les nouvelles Tendances du Contrôle de Gestion Section 1 : Définition du contrôle de gestion  Section 2 : Les nouvelles tendances  Section 3 : Le contrôle de gestion ses outils et sa mission  **Chapitre II : Les Standards de Production**  Section 1 : Définition  Section 2 : Objectifs  Section 3 : Les standards et les normes de production  🡺 Le food cost  🡺 Le Beverage cost  🡺 Le Manning guide  🡺 Les charges non contrôlables  **Chapitre III : L’Uniform System**  Section 1 : Définition  Section 2 : Fonctionnement de l’Uniform system  Section 3 : Présentation des document de l’Uniform system  **Chapitre IV : Le Contrôle Budgétaire**  Section 1 : Définition  Section 2 : Les Différents types de budgets  Section 3 : Les procédures d’élaboration d’un budget  **Chapitre V : Les Tableaux de Bord**  Section 1 : Définition  Section 2 : Le tableau de bord général  Section 3 : Les procédures d’élaboration d’un budget  Conclusion |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

Unité d’Enseignement **: Langues**

Code UE : 4

**Intitulé de la matière : Francais II.Technique de communication**

|  |
| --- |
| **Code ECUE : 4-1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Francais II. Technique de communication**  **Volume horaire : 28h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| Les objectifs : doter les apprenants d’outils permettant une communication française plus fluide: une meilleure organisation des idées pour informer; formuler une réponse ou une demande; entreprendre: passer d’une idée à un projet, rédiger correctement une demande écrite, créer une charte graphique et une carte de visite, un plan de communication;... et les initier à se présenter et à mettre en valeur leur idée et leur volonté d’être des citoyens actifs dans la société; et ce pour pouvoir:  Formuler des objectifs clairs et atteignables et s’investir totalement ( immersion totale) dans la création d’un projet. |
| **PRE REQUIS** |
| -Maîtriser la langue française dans sa globalité. - Etre en mesure de rédiger des écrits courts; selon une méthodologie acquise au cours du parcours licence. |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| I/ Comment conduire un projet?  Elaboration  Partir d’une idée, un concept, réalisable dans un temps donné.  Suivre la linéarité du guide méthodologique de la conduite de projet.  Sensibiliser sur l’importance des dix étapes:  -Clarifier l’idée;  -Faire l’état des lieux;  -Elaborer le budget prévisionnel;  -Formaliser le projet;...  -Communiquer: La charte graphique; La carte de visite; Le CV; Les demandes de prêt;........  II/ Présentation  -Améliorer son discours oral en mettant en valeur son engagement personnel, ses compétences  et sa force de persuasion.  - ​Défendre son idée et la clarifier auprès des publics.  - Formuler des objectifs concrets, apprendre à être présentable et à communiquer ouvertement  et en toute confiance.  Parallèlement à l’initiation à l’entrepreneuriat, et ce pour une prise de parole ou une  expression écrite correctement effectuée, sera planifiée une session ( Projet Voltaire) sur  plateforme.  Consolidation des prérequis en langue française ( orthographe, grammaire et  conjugaison).  Entraînement en guise de préparation à la certification finale .  Bibliographie:  -Le guide méthodologique de la conduite de projet intitulé de l’idée au projet.  -https:www.projet-voltaire.fr |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

Unité d’Enseignement **: Langues**

Code UE : 4

**Intitulé de la matière : Anglais II. TOIEC**

|  |
| --- |
| **Code ECUE : 4 -2** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Anglais II.TOIEC**  **Volume horaire : 28h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
|  |
| **PRE REQUIS** |
|  |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| Chapitre I : The Business of events tourism. Chapitre II: Tourism and Culture.Chapitre III: Managing people and money.Chapitre IV: External influences on the tourism and hospitality industry: political, economic, demographic and environnemental issues. |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

Unité d’Enseignement**UE 5 : Langues et Droit**

|  |
| --- |
| Code UE 5 |

**Intitulé de la matière : Droit Touristique 2 : La règlementation Spéciale de l’activité touristique**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE 5-1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Droit Touristique 2 : La règlementation Spéciale de l’activité touristique**  **Volume horaire : 28h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
|  |
| **PRE REQUIS** |
|  |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| **Introduction**  **Première Partie : L’encadrement du tourisme**  **Chapitre I**: Les règlementations professionnelles  Section I : Le régime des activités relatives à l’organisation des voyages ou de séjour  Section II : Le régime de l’hébergement Touristique  Section III : La règlementation des transports aériens  Chapitre II : L’encadrement des Flux touristiques  Section I : La circulation internationale des touristes  Section II : Le contrôle des changes  **Partie II : Les rapports touristiques de droit privé**  **Chapitre I**: Les rapports entre touristes et professionnels  Section I : Les rapports entre les agences de voyage et leurs clients  1. La nature juridique du contrat conclu entre l’agent de voyages et son client  2. La formation et l’exécution du contrat conclu entre l’agence et son client  Section II : Les rapports juridiques entre transporteurs de voyageurs et leurs clients  1. Sources et Principes fondamentaux  2. La responsabilité des transporteurs de voyageurs  **Chapitre II**: Les rapports entre les professionnels  Section I : Les rapports juridiques entre agences et transporteurs  Section II : Les rapports juridiques entre agences et Hôteliers  Section III : Les rapports juridique entre Tour-opérateurs et agences distributrices |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

# Annexe 1 de la Fiche descriptive de l'UE

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

Unité d’Enseignement**UE 1**

|  |
| --- |
| Code UE 1 |

**Intitulé de la matière : Management Hôtelier**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE 1- 1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Management Hôtelier**  **Volume horaire : 28h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
|  |
| **PRE REQUIS** |
|  |
| **PLAN DU COURS** |
| Chapitre I : Comment développer un projet hôtelierSection 1 : L’évaluation des ressources du marché  * La zone hôtelière * Le cycle économique en hôtellerie  Section 2 : Etude de la concurrence  * Evaluation des parts naturelles pour chaque hôtel * Analyse des performances hôtelière de la zone avant implantation du projet * Analyse de la zone après intégration du nouveau projet  Chapitre II : Les particularités de la gestion hôtelière **Section 1 : Plan de gestion d’une exploitation hôtelière**   * Les quatre quadrants * Le plan annuel de gestion * Les rapports de gestion   **Section 2 : Le Cash flow**  **Section 3 : Les Différents formes de gestion d’un Hôtel**   * La franchise * Le mandat de gestion  Chapitre III : Le Yield management **Section 1 : Définition** Section 2 :Comment fonctionne le Yield Management  * La demande * Le management des revenus * Le module de stratégie d’affaires * Le suivi des réservations  Section 3 : Le Yield management et l’organisation d’un hôtelSection 4 : Le Yield management et la directionSection 5 : Le Yield management et les prévisionsChapitre IV : Comment réussir la gestion hôtelièreSection 1 :Les principes du management hôtelier  * La communication * La motivation * Le leadership  Section 2 : Le Général manager d’un Hôtel face à l’environnementSection 4 : L’hôtellerie une certaine philosophie  * L’attitude * La qualité   **Conclusion** |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

Unité d’Enseignement**UE 1**

|  |
| --- |
| Code UE 1 |

**Intitulé de la matière : AUDIT HOTELIER**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE 1- 2** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : AUDIT HOTELIER**  **Volume horaire : 28h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| -Prendre connaissance des techniques de contrôle interne de restauration  -Mieux appréhender les symbioses entre les différents départements de gestion de la restauration  -Acquérir des réflexes de contrôle de la nourriture et des boissons  -Maitriser les techniques et méthodes en mesure d’améliorer les performances de gestion d’une direction de la restauration |
| **PRE REQUIS** |
| **- Notions de base autour des techniques de restauration**  -Maitrise de l’organisation d’une direction de restauration et des métiers des différents intervenants dans le processus de gestion de restauration |
| **PLAN DU COURS** |
| **Introduction**   1. **Processus du circuit de l’achat d’un produit jusqu’au contrôle de sa vente** 2. Approvisionnements    1. Les différents approvisionnements 3. La politique des achats 4. La gestion des stocks    1. Politique des achats 5. L’acheteur 6. Avant l’achat 7. Connaissance de la marchandise ou du produit 8. Coût d’un produit 9. Organisation des commandes 10. Achats des machines 11. Accord et condition avec les fournisseurs 12. Relation entre le chef d’achats et le fournisseur     1. Contrôle « Réception des marchandises »     2. Contrôle des emballages     3. Contrôle des factures des fournisseurs 13. Gestion des stocks     1. Organisation générale 14. Organisation matérielle 15. Gestion proprement dite     1. Valorisation des stocks     2. Autres calculs et commentaires 16. Calcul du capital maximum à disposition pour être investi dans la constitution du stock permanent cuisine-cave 17. Vitesse de rotation des stocks 18. Point de déclenchement 19. Quantité à commander     1. Contrôle des stocks 20. Contrôle des économats 21. Contrôle des grands frigos 22. Contrôle de la cave 23. Rapport entre la cave principale et la cave du jour 24. Livre des inventaires 25. Secteur cuisine-production     1. Calcul des poids bruts ou nets selon le pourcentage des déchets et des pertes     2. Calcul du coût matières     3. Tests des aliments 26. Examen d’une marchandise à l’achat (produit cru) 27. Examen d’un plat terminé (recette) 28. Test de la viande 29. Secteur cuisine-satellite 30. Vente et contrôle du produit     1. Source importante de la vente : Réunions, manifestations et banquets     2. Contrôle du bar 31. Contrôles à faire lorsque le barman travaille pour le compte tout en restant employé à l’égard du propriétaire ou du directeur de l’établissement 32. Contrôles à faire lorsque le barman travaille pour le compte de l’établissement 33. Système de débit de boissons informatisé     1. Contrôles des « frigos-bars » dans les chambres des clients 34. Premier système 35. Deuxième système 36. Troisième système     1. Distribution automatique en restauration     2. Rendement théorique 37. **Le contrôle de revenus : de l’hébergement aux différents points de ventes** 38. Introduction 39. Le contrôle des revenus hébergement 40. Le contrôle des revenus des restaurants 41. Le contrôle des revenus des bars 42. Le contrôle des revenus maintenance (cas de stations disposant en plus de résidences offrant des prestations de maintenance 43. Le contrôle de revenus buanderie 44. Le contrôle de revenus « frigo-bars » dans la chambre des clients 45. Le contrôle de revenus « Autres**»**   **Conclusion**  **Conclusion générale**  **Bibliographie**  -michelrochat Marketing et gestion de la restauration editionsbpi paris 1997  -Jean Luc Penfornis et Chantal Dubois Laurent Semichou Hôtellerie restauration. Cours CLE 2013  -ONISED (auteur) les métiers de l’hôtellerie et de la restauration Broché 2014  -Bruno Cardinale et Christophe Lavelle, Olivier Lemagner Broché Sciences et technologies culinaires Broché 2016  -Kossosey et Majouchi Réussir en hôtellerie et restauration Broché 1990 |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

Unité d’Enseignement**UE 2 : Management de la qualité**

|  |
| --- |
| Code UE 2 |

**Intitulé de la matière : Management de la qualité**

**ECUE 2 1**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE2-1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Management de la qualité**  **Volume horaire : 42 h par semestre pour une durée de trois semestres** |
| **OBJECTIFS** |
|  |
| **PRE REQUIS** |
|  |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| CHAP1 : La qualité de service  1)      Définition  2)       caractéristiques  CHAP2 : Les caractéristiques d’une organisation axée sur la qualité de service  CHAP3 : Mesure de la qualité de service  CHAP4 : Mise en place d’une démarche qualité  CHAP5 : Certification  ChAP6 : La qualité en hôtellerie |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

Unité d’Enseignement**UE 2**

|  |
| --- |
| Code UE 2 |

**Intitulé de la matière : Hygiène hôtelière et sécurité alimentaire**

**ECUE 2 1**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE2-1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Hygiène hôtelière et sécurité alimentaire**  **Volume horaire : 28h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| L'objectif de ce cours est d'initier les étudiants de la deuxième année aux règles de base de l'hygiène en collectivité et au management de la sécurité des denrées alimentaires |
| **PRE REQUIS** |
| Règles d'hygiène collective  Sécurité sanitaire et alimentaire |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| Les axes de ce cours sont:  - généralité sur l'hygiène  - définition de l'hygiène  - hygiène hôtelière: restauration  lingerie  piscine  - management de la sécurité alimentaire: initiation a la norme iso 22000  **Bibliographie**  Manuel de procédure relatif a l'hygiène  Réglementation international relatif a l'hygiène  Norme iso 22000 et iso 9001  Expérience professionnelle |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

Unité d’Enseignement **UE 3 : Tourisme Electronique et Marketing**

|  |
| --- |
| Code UE 3 |

**Intitulé de la matière :Smart Tourisme**

**ECUE 3 1**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE 3-1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : SmartTourisme**  **Volume horaire :28h par semestre** |
| **OBJECTIFS** |
| L'objectif de ce cours est d'initier les étudiants de la deuxième année aux règles de base du E.Tourisme |
| **PRE REQUIS** |
|  |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| **I. Du e-Commerce à l'e-Tourisme**  1. La e-Strategy : Gouvernance des SI/TIC au sein des organisations  2. Le e-commerce  3. Le e-Tourisme  [**II-Les e-touristes, d’abord consommateurs puis "consommateurs".**](#_Toc120517954)  [1-Les équipements informatiques et de population connectée](#_Toc120517955)  [2-Le e-commerce se développe rapidement et les ventes en ligne connaissent une forte croissance.](#_Toc120517956)  [3-Le tourisme est le premier secteur économique présent sur le Web.](#_Toc120517957)  [4-Qui sont les e-touristes ?](#_Toc120517958)  [5-Un nouvel internaute est né, le  "consommateur".](#_Toc120517960)  [**III-La technologie Internet appliquée à l'e-Tourisme**](#_Toc120517961)  [1-Le concept d’Internet appliqué au tourisme.](#_Toc120517962)  [2-Le nom de chaque système est déterminé par la cible d’utilisateurs](#_Toc120517963)  [3-Internet et les types d’acteurs qui coexistent](#_Toc120517965)  [**IV- Effets du développement de l’e-tourisme sur la distribution et la commercialisation**](#_Toc120517973)  [1-L’évolution et la diversification de l’offre produit](#_Toc120517975)  [2-Les nouveaux procédés de communication et de promotion des produits](#_Toc120517977)  [3-Les différentes politiques de prix](#_Toc120517978)  **V. Évaluation des Sites Web des Destinations Touristiques**  1. Critères d'évaluation et design des sites web des Organisations de Gestion des Destinations (OGD)  2. Évaluation des sites web des OGD  V. **L’hôtellerie intelligente** |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Unité d’Enseignement : Tourisme Electronique et Marketing**

|  |
| --- |
| Code UE : 3 |

**Intitulé de la matière : Marketing des destinations**

Unité d’Enseignement**UE 3**

|  |
| --- |
| Code UE 3 |

**ECUE 32**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE 3-2** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Marketing des destinations**  Volume horaire : 28 h |
| **OBJECTIFS** |
| * Comprendre la problématique des destinations touristiques, * savoir utiliser les outils du marketing pour le développement touristique d'une destination. * Etre capable d’analyser le matériel promotionnel d’une destination |
|  |
|  |
| **PLAN DU COURS**  **Chapitre 1 :** Introduction au Marketing des destinations touristiques   * Qu’est ce qu’une destination * Les différences entre les destinations * Enjeux et spécificités du tourisme * Evolution et prospectives - tendances actuelles, - mutations de la demande, - évolutions de l'offre   **Chapitre 2 :** Positionnement d’une destination Touristique et les marques touristiques   * Les stratégies de positionnement * Les erreurs de positionnement * Des exemples concrets   + Las Vegas   + Sud de l’Italie   + … * Branding a destination   **Chapitre 3 :** Le Marketing mix et l’extension   * Les 4 P appliqués à des destinations touristiques * L’extension (3P)   **Chapitre 4 :** Le Promotional Mix   * Les composantes du promotional mix * La promotion d'une destination * La communication institutionnelle * La communication commerciale   **Chapitre 5 :** Le Layout   * Les composantes d’un bon Layout (online ou offline) * L’analyse du CRAP (site web et brochures) * L’analyse sémiotique |
| **BIBLIOGRAPHIE** |
| * Kozak, M. (2006). Progress in tourism marketing * Holloway, C, J. (2004) Marketing for tourism, 4th Edition * Middelton et al (2001) Marketing in travel and tourism   **Des articles des revues suivantes:**   * Tourism management * Annals of tourism research * Sport tourism destinations |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

Unité d’Enseignement**UE 4**

|  |
| --- |
| Code UE 4 |

**Intitulé de la matière : Anglais III**

**ECUE 4 1**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE 4-1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Anglais de Spécialité (ASP) \***  **Volume horaire : 28 H** |
| **OBJECTIFS** |
| * L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants l’acquisition de compétences communicatives et l’amélioration des aptitudes linguistiques nécessaires afin de ne pas pouvoir se trouver dans la situation délicate et frustrante de ne pas bien pouvoir correctement s'exprimer dans un meeting, une présentation, ou alors engager une simple conversation dans l’environnement des affaires. |
| **PRE REQUIS** |
| * Nos étudiants en MTH, de futurs professionnels du secteur hôtelier, seront amenés à faire usage de la langue anglaise dans le tourisme, l’hôtellerie et la restauration, ou appelés à effectuer des missions de travail dans des pays Anglophones. Or, il y’a un constat bien réel qui montre que, malgré de nombreuses années d'enseignement de cette langue, un nombre non négligeable d'entre eux ont d'énormes difficultés à faire face aux situations les plus courantes dans l’usage de la langue anglaise, comme rédiger correctement un rapport, entretenir convenablement une conversation, et à degré moindre, bien lire et comprendre un texte. |
| **PLAN DU COURS** |
|  |
| * Le plan du cours sera composé des trois volets essentiels suivants:   1) Techniques de Présentation et de Communication : L’anglais pour développer la sensibilisation, les connaissances, les compétences et les attitudes des étudiants nécessaires pour offrir des présentations professionnelles efficaces. Le cours est conçu pour que les étudiants comprennent la théorie de la bonne communication avant de préparer et de livrer une présentation dans un contexte simulé afin qu’elle ait un impact persuasif sur un auditoire donné.  2) EverydayTechnical English : L'anglais pour un enseignement technique  et professionnel comme langue étrangère appliquée. Il couvre les termes et les concepts spécifiques dont les étudiants ont besoin pour communiquer avec succès dans toutes les situations aux diverses spécialisations techniques dans leur milieu d’affaire et professionnel.  3) Everyday Business English : L’anglais pour améliorer les compétences linguistiques en focalisant sur les règles de grammaire et le développement du vocabulaire. L’objectif étant de permettre aux étudiants d’acquérir les attitudes et les capacités linguistiques afin qu’ils puissent rédiger correctement et convenablement des e-mails d'affaires, un résumé, un rapport dans un style et un ton d'écriture appropriés à des fins commerciales. |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%) |

**Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE**

**Unité d’Enseignement : Pratiques Hôtelières et Insertion Professionnelle**

|  |
| --- |
| Code UE : 5 |

**Intitulé de la matière : Pratiques Hôtelières**

Unité d’Enseignement**UE 5**

|  |
| --- |
| Code UE 5 |

**ECUE 51**

|  |
| --- |
| Code UE : **ECUE 5-1** |

|  |
| --- |
| **Intitulé de la matière : Pratiques Hôtelières**  Volume horaire : 42 H |
| **OBJECTIFS** |
| **Objectifs :**   * Présentation générale des différents départements d’une unité hôtelière ; |
|  |
|  |
| **PLAN DU COURS**   * + Restauration ;   + Cuisine ;   + Réservation ;   + Etage.   L’objectif principal de la pratique hôtelière est de donner la possibilité aux étudiants de connaître les différents départements d’une unité hôtelière et d’avoir l’opportunité de pratiquer certaines techniques nécessaires qui complètent leur formation théorique.  Le cours est donné par des professionnels du secteur touristique à l’Institut des Hautes Etudes Touristiques de Sidi Dhrif, dans le cadre d’une collaboration intra-universitaire. |
| **BIBLIOGRAPHIE** |
|  |
| **EVALUATION** |
|  |
| Contrôle continu 30% Examen final (70%)  **Annexe 1 de la fiche descriptive de l’UE** |
| **Unité d’Enseignement : Pratiques Hotelières et Insertion Professionnelle**   |  | | --- | | Code UE : 5 |   **Intitulé de la matière : Projets personnels et professionnels**  Unité d’Enseignement**UE 5**   |  | | --- | | Code UE 5 |   **ECUE 52**   |  | | --- | | Code UE : **ECUE 5-2** |  |  | | --- | | **Intitulé de la matière : Projets personnels et professionnels**  Volume horaire : 28 H | | **OBJECTIFS** | | * Le cours Projet Personnel Professionnel ou PPP permetaux étudiants de réfléchir à la construction de leur orientation dès leur première année ce qui favorisera leur future insertion professionnelle.   . Il permet de :   * Analyser les compétences et capacités acquises par l’étudiant et dans des expériences (pré)professionnelles et personnelles * Démarrer une réflexion grâce à la découverte des métiers, des entreprises et des secteurs d’activité. * Se projeter dans un avenir professionnel possible, à travers une démarche d’enquête auprès de professionnels, en rencontrant la réalité actuelle d’un métier ou d’un secteur professionnel et son devenir vraisemblable, | |  | |  | | **PLAN DU COURS**  **Introduction** : Présentation du module et de ses objectifs.  **Chapitre I : Le bilan personnel et professionnel**  I.1. Le concept de compétences /connaissance de soi  I.2. La démarche savoir/savoir-faire/savoir être  I.3. Les techniques de l’expression à l’orale  **Chapitre II : Connaissance des environnements professionnels**  II.1. Recensement des métiers et des entreprises du milieu professionnel   1. Recherche documentaire 2. Résultats   II.2. L’enquête métier :   1. Préparation d’une grille d’interview 2. Reporting des entretiens   II.3. Mon métier  **Chapitre III : Préparation et présentation du PPP**  III.1. Rédaction d’un CV/ une lettre de motivation  III.2. Rédaction, Soumission et Soutenance du PPP | | **BIBLIOGRAPHIE** | | -APEC (2004), « Méthode déclic : comment construire son projet professionnel » APEC, Ed. Organisations.  -[Christelle Capo-Chichi](https://www.eyrolles.com/Accueil/Auteur/christelle-capo-chichi-62947) (2017), « La lettre de motivation »  [Studyrama - Vocatis](https://www.eyrolles.com/Accueil/Editeur/2058/studyrama-vocatis.php) ; [Guides J - Emploi](https://www.eyrolles.com/Loisirs/Collection/1384/guides-j-emploi)  -Nir (Le) M. (2003), « Le Projet Personnel et Professionnel : élément structurant de la formation à l’iut Lumière », Questions de Pédagogie dans l’enseignement supérieur*,* Brest : 2e colloque, ensieta, enst Bretagne.  **-**[Sophie Kluzek](https://www.eyrolles.com/Accueil/Auteur/sophie-kluzek-19330), [Alain Kressman](https://www.eyrolles.com/Accueil/Auteur/alain-kressman-19331)(1997), « Construire son projet professionnel », Edition [Idecom](https://www.eyrolles.com/Accueil/Editeur/1384/idecom.php),[Orientation Service](https://www.eyrolles.com/Accueil/Collection/1068/orientation-service) | | **EVALUATION** | |  | | Contrôle continu 30% Examen final (70%) | |
|  |