



Federation for **E**Ducation in **E**urope
Fédération Européenne Des Ecoles



MASTÈRE EUROPÉEN

MANAGEMENT ET STRATÉGIES TOURISTIQUES

Cette formation est adaptée à l'évolution numérique des activités touristiques : le secteur touristique est un pilier important de l'économie dite « de services » qui est en pleine évolution sous l'impact de la révolution numérique. Cette révolution implique de nouveaux métiers, de nouveaux outils, mais aussi l'apparition de nouveaux acteurs et une nouvelle réflexion sur les stratégies des entreprises. L'objectif est de maîtriser les savoirs, savoir-faire et savoir-être du secteur. Formation professionnalisante en prise complète avec les récentes évolutions du secteur.

✓ PERSPECTIVES D'EMPLOI

- Tourisme type
- Tours opérateurs
- Compagnies de transport
- Plateaux d'affaires
- Institutionnels
- Collectivités territoriales
- Entreprises de gestion d'organisation de salons, congrès, manifestations professionnelles et de spectacles
- Hébergements



OBJECTIFS ET COMPÉTENCES

- Caractériser les principales structures d'organisations touristiques et identifier les principaux facteurs d'évolution de ces structures
- Définir l'information et mettre en évidence son rôle de prise de décision
- Assurer la création de produits ou prestations touristiques
- Elaborer un dossier de présentation du produit
- Lancer un produit sur le marché
- Maîtriser les aspects comptables et financiers de la gestion d'un produit
- Mesurer la satisfaction des clients et pouvoir proposer d'éventuelles mesures correctives

Développé par des professionnels et des experts, ce Mastère Européen Management et Stratégies touristiques se distingue par son caractère innovant et opérationnel, en totale adéquation avec les évolutions et les besoins du secteur du tourisme. Cette forte valeur ajoutée prépare les apprenants à des carrières évolutives qui nécessitent des capacités d'analyse et d'action.

MASTÈRE EUROPÉEN

Management et Stratégies touristiques

120 crédits ECTS



Prérequis

Le Mastère Européen Management et Stratégies touristiques est accessible :

- Aux étudiants ayant validé un diplôme de niveau 6 du Cadre Européen des Certifications (CEC), leur ayant permis d'acquérir 180 crédits ECTS.
- Par la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE), pour tout candidat ayant une expérience d'au moins un an, en lien direct avec la spécialité du Mastère Européen.

1 - Culture générale d'entreprises touristiques et marketing stratégique

Cette unité permet :

- De comprendre les démarches à entreprendre pour créer son entreprise, les coûts et les obligations légales que cela implique
- D'acquérir les bases de la Gestion des Ressources Humaines permettant l'embauche et l'encadrement d'une petite équipe
- De maîtriser les objectifs de la communication touristique
- De maîtriser les canaux de distribution et savoir choisir le mode de distribution le mieux adapté en fonction du produit à commercialiser et la cible-clientèle
- D'évaluer la capacité du candidat à appliquer des connaissances générales et outils méthodologiques à une situation concrète particulière en utilisant ses connaissances en tourisme de développement durable
- D'appréhender les différentes politiques d'aménagement du territoire et les lois et réglementations qui existent pour protéger les patrimoines naturels, culturels et immatériels

4 - Pratique professionnelle

Le point fort du Mastère Européen Management et Stratégies touristiques de la FEDE est la mise en contact réelle de l'étudiant avec le monde du travail afin d'approfondir sa formation et son projet professionnel.

En première année, la mission professionnelle doit traiter de problématiques de management rencontrées sur le lieu du stage ou de l'alternance. Elle donne lieu à la rédaction d'un mémoire qui reprendra le fil directeur de la démarche stratégique et exposera les outils stratégiques utilisés.

En deuxième année, à l'issu d'un stage d'au moins trois mois, la thèse professionnelle traitera de problématiques afférentes à la stratégie touristique. Dans un mémoire, l'étudiant devra analyser l'environnement de l'entreprise et émettre des préconisations en matière d'orientation et de choix stratégiques.

Les deux mémoires feront l'objet d'une soutenance orale.

2 - Stratégie opérationnelle, partenariats et financements

Cette unité permet :

- De comprendre l'influence des différences culturelles dans la discussion commerciale. Appréhender les impacts d'un « misunderstanding » et du « misbehavior »
- De comprendre les récentes évolutions en termes de la demande et les nouveaux modes de consommation, le comportement nomade des voyageurs et leurs motivations profondes (Pyramide de Maslow)
- D'avoir conscience des enjeux des ressources en eau dans l'activité touristique
- De comprendre les bases de la communication des lieux touristiques en termes de visuels et slogans
- De savoir gérer un site touristique et avoir acquis les éléments fondamentaux de la gestion d'un produit touristique
- De savoir déterminer la politique de positionnement et de prix du produit (politique de positionnement et de prix d'alignement, d'écrémage ou de pénétration)

5 - Les entreprises, la concurrence et l'Europe

Ce module permet :

- D'expliquer les problèmes portant sur les notions de l'entreprise, de la concurrence et du marché, telles que définies par la législation communautaire et les arrêts de la Cour de justice de l'Union européenne
- De démontrer l'importance de l'évolution des règles concernant les comportements des entreprises et les concentrations entre entreprises
- De connaître le rôle des autorités chargées d'appliquer les règles de concurrence visant les entreprises
- De connaître le processus d'après lequel est établie la conformité des produits aux normes européennes dans le Marché intérieur.

3 - Management organisationnel du tourisme et de l'hôtellerie et Spécificités environnementales et politiques d'aménagement touristique

Cette unité permet :

- De comprendre les évolutions de l'hôtellerie, les politiques de rachats, fusion-acquisition des grands groupes, l'avenir de la petite hôtellerie indépendante et les nouvelles attentes des clientèles en termes d'hébergement touristique
- D'analyser les évolutions du marché des transports et les différentes politiques des compagnies
- De comprendre les différentes politiques managériales des entreprises et les facteurs décisifs dans les choix stratégiques
- D'être capable de mener à bien une étude de marché quantitative ou qualitative
- D'avoir compris les composantes du produit touristique et leur interaction
- De comprendre les enjeux d'une approche et une stratégie de tarification efficace

6 - Langue vivante européenne

Ce module permet :

- D'acquérir le niveau B2 (écrit et oral) du CECR de maîtrise d'une langue vivante européenne.

La validation de ce module donne lieu à la délivrance du Certificat de langues FEDE, respectant les préconisations du CECRL et reconnu par l'IFEFF.

Pour en savoir plus :
<https://www.fede.education/fr/nos-diplomes/>

PROGRAMMES

