

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

## MASTER

# Management et Ingénierie du Tourisme (MIT)

CONTENU DE LA FORMATION | 2021 - 2026



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

## SOMMAIRE

### Semestre 7 (200 heures)

- **UE 701** | Production et ingénierie touristique ..... p.3
- **UE 702** | Management des organisations touristiques et hôtelières ..... p.3
- **UE 703** | Anglais ..... p.4
- **UE 704** | Initiation à la recherche - Méthodologie ..... p.4
- **UE 705** | Atelier terrain - Insertion professionnelle ..... p.4
- **UE 706** | Espagnol ou FLE ..... p.5

### Semestre 8 (200 heures)

- **UE 801** | Mémoire et Stage (12 semaines minimum) ..... p.5
- **UE 802** | Économie et management des organisations touristiques et hôtelières ..... p.6
- **UE 803** | Sciences sociales appliquées au management du tourisme ..... p.7
- **UE 804** | Initiation aux outils de la recherche ..... p.7
- **UE 805** | Atelier terrain - Insertion professionnelle ..... p.8
- **UE 806** | Langue vivante 1 (Anglais) et langue vivante 2 (Espagnol ou FLE) ..... p.8

### Semestre 9 (225 heures)

- **UE 901** | Management et ingénierie touristiques ..... p.9
- **UE 902** | Conseil et études en tourisme, hôtellerie restauration ..... p.9
- **UE 903** | Management financier des organisations touristiques ..... p.10
- **UE 904** | Méthodologie de recherche et analyse de données ..... p.10
- **UE 905** | Applications professionnelles et insertion professionnelle ..... p.11
- **UE 906** | Anglais professionnel : Conférences et séminaires ..... p.11

### Semestre 10 (75 heures)

- **UE 1001** | Mémoire et Stage (24 semaines minimum) ..... p.12
- **UE 1002** | Gestion des ressources humaines ..... p.12
- **UE 1003** | Conférences et outils de recherche ..... p.12
- **UE 1004** | Jeu d'entreprise et insertion professionnelle ..... p.12

**SEMESTRE 7****UE 701 | Production et ingénierie touristiques - 40h****• Production touristique et mise en marché (20h)**

Après avoir rappelé les fondements et les principales techniques de production touristique, cet enseignement abordera la stratégie de revenu management, les nouvelles technologies de production et de mise en marché des produits touristiques. Il sera question de nouvelles tendances de consommation touristique et des évolutions récentes du marché. Des études de cas viendront illustrer ces enseignements.

**Bibliographie indicative :**

- Fyall A., Legohérel P., Poutier E. (2013), *Revenue Management for Hospitality and Tourism*.
- Hamon R. (2018), *Comment les NTIC influencent-elles le tourisme français ?*, Presses Universitaires Européennes
- Decrop A. (2015), *Le Touriste Consommateur*, Editions de Boeck

**• Géographie du tourisme (20h)**

Géographie et aménagement sont au cœur de l'analyse du phénomène touristique. Cette intervention permet de développer des cadres conceptuels nécessaires pour en saisir la complexité. En privilégiant l'échelle internationale, deux approches sont proposées dans cet enseignement. En tout premier lieu, le décryptage des processus et des stratégies de mise en tourisme des espaces. En second lieu, l'identification des conditions d'une dynamique du développement basée sur les multiples formes de tourisme. Les grands principes exposés dans cet enseignement seront appuyés par des exemples puisés en France et dans le monde.

**UE 702 | Management des organisations touristiques et hôtelières - 60h****• Business models et stratégies des organisations touristiques (20h)**

Cette UE a pour objectif d'initier les étudiants aux problématiques stratégiques que rencontrent toute entreprise et ses dirigeants en particulier dans le domaine de l'hôtellerie-restauration et du tourisme. L'UE 803 au second semestre viendra compléter l'analyse à travers l'approche marketing des organisations. Après une présentation approfondie des champs théoriques, des modèles et des outils d'aide à la décision, l'UE s'orientera vers l'étude de l'environnement, des ressources et compétences avant d'aborder les stratégies concurrentielles et d'alliance.

Face aux limites des modèles de développement actuels, les entreprises touristiques (re)pensent leur développement en intégrant le développement durable dans leur réflexion stratégique. L'UE abordera ainsi les "business models" ou modèles économiques comme des outils de reconfiguration stratégique.

**• Marketing du tourisme et de l'hôtellerie-restauration (20h)**

Après avoir expliqué l'importance du marketing stratégique pour une destination touristique, ou tout acteur du tourisme et de l'accueil, il s'agit ici de mieux comprendre l'évolution des comportements de consommation des voyageurs et touristes.

Le contenu de cette UE s'articule autour des notions suivantes :

- la méthodologie marketing,
- le comportement et le processus de choix du consommateur,
- le marketing expérientiel,
- l'analyse de la situation (audit marketing),
- la démarche marketing stratégique.

**Bibliographie indicative :**

- Armstrong G., Kotler P. (2016), *Principes de marketing*, 13<sup>ème</sup> Edition, Pearson Education
- Frochet I., Legohérel P. (2018), *Le Marketing du Tourisme*, 4<sup>ème</sup> édition, Éditions Dunod
- Kotler P., Dubois B., Manceau D., Keller K.L. (2015), *Marketing management*, 15<sup>ème</sup> Edition, Pearson Education
- Kotler Ph., Bowen J. T., Makens J. C., Décaudin J.-M., Bories D., Pichon P.-E., Laborde Ch. (2016), *Marketing du tourisme et de l'accueil*, 6<sup>ème</sup> Edition, Pearson Education
- Vernet E. (2016), *Marketing, l'essentiel et l'expertise à l'ère digitale*, 4<sup>ème</sup> Edition, Eyrolles

**• Contrôle de gestion et analyse de coûts (20h)**

L'objectif de l'UE est de donner aux étudiants des outils efficaces pour maîtriser les coûts liés à l'exploitation d'une unité touristique, hôtelière ou de restauration dans une perspective d'optimisation de la gestion afin d'atteindre les objectifs stratégiques.

Il s'agit pour l'étudiant de distinguer les charges fixes (qui constituent l'essentiel dans les activités touristiques hôtelières et de restauration) des charges variables conditionnées par les variations saisonnières et l'état de la demande. Il s'agit aussi de mettre en valeur le "prime cost" élément essentiel des charges en hôtellerie restauration afin de définir un prix de revient susceptible de permettre à l'organisation de dégager des profits et de garantir sa pérennité.

Le contrôle de gestion s'intègre donc dans le système d'information des organisations et doit servir à connaître l'environnement et les ressources internes afin de déterminer la stratégie et les objectifs organisationnels.

**Bibliographie indicative :**

- ▶ Vidal O. & Plot- Vicard E. (2016), *Contrôle de gestion*, Édition Vuibert
- ▶ Alazard. C., Duparc R., Sépari S. (2019), *Contrôle de gestion*, Édition Dunod

**UE 703 | Langue vivante 1 : Anglais - 25h**

Cette UE vise à l'amélioration des compétences fixées par le cadre européen des langues, notamment la compréhension et l'expression orale et écrite. Les enseignements s'appuient sur des supports divers (textes, films, documents professionnels, manuels) dont le contenu est en lien avec le tourisme et l'hôtellerie-restauration.

Les domaines abordés sont : le développement des nouvelles technologies et leur impact sur les secteurs de l'hôtellerie et du tourisme, les transports dans un contexte de globalisation, le monde de l'emploi, le tourisme durable et les modes alimentaires.

**UE 704 | Initiation à la recherche - Méthodologie - 25h**

L'UE porte sur les méthodes et les outils de la recherche. Deux axes sont proposés :

**• La méthodologie de collecte de données**

l'objectif est d'amener l'étudiant à la maîtrise des principaux outils et méthodes de recueil et d'organisation de données. Les étudiants doivent par ailleurs maîtriser un rapport d'enquête, à travers les différentes phases du processus : recherche documentaire, observations, collectes quantitatives et qualitatives.

**• L'initiation à la recherche (en lien avec le précédent point)**

les étudiants abordent la démarche de problématisation et de construction d'outils de collecte en phase exploratoire et probatoire. Un focus est réalisé sur les méthodes d'entretiens individuel et collectif.

**Bibliographie indicative :**

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

**UE 705 | Atelier terrain - Insertion professionnelle - 25h**

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

**• Atelier terrain (20h)**

L'objectif de l'atelier terrain est de traiter concrètement une problématique ou une commande d'un acteur qui opère dans l'hôtellerie-restauration. Ce travail est encadré par un cahier des charges et une rencontre avec un maître d'ouvrage et des acteurs socio-professionnels. L'atelier permet d'opérationnaliser les méthodes et connaissances acquises et de mettre les étudiants en situation, dans une obligation de réponse à des contraintes de délais et d'organisation du travail en équipe. La première phase de l'atelier consistera en une reformulation de la commande et une réflexion méthodologique.

Des bilans d'avancement des travaux seront organisés ensuite avec l'équipe pédagogique et le commanditaire, avec une mise en commun des travaux des groupes. Les séances d'encadrement méthodologique permettront aux enseignants de faire un retour aux étudiants sur leur production, en leur signifiant les ajustements et les approfondissements nécessaires. Le sujet de l'atelier est relié aux enseignements proposés dans ce Master.

- **Préparation recherche de stage et insertion professionnelle (5h)**

L'objectif de cet enseignement est à la fois d'aider l'étudiant dans sa démarche de recherche de stage et de lui faire prendre conscience des enjeux de cet apprentissage dans la construction de son projet professionnel.

Cette séquence s'articulera autour de plusieurs thèmes :

- Outils et méthodes de recherche de stage,
- Techniques rédactionnelles de curriculum vitae et de lettres de motivation,
- Préparation du stage : recherches préalables, échanges pro-actifs sur la définition des missions et des méthodes de travail.

---

## UE 706 | Langue vivante 2 - 25h

---

- **Espagnol ou FLE**

Les cours d'espagnol et de FLE sont dispensés en LV2. Ils visent à l'amélioration des compétences fixées par le cadre européen des langues, notamment la compréhension et l'expression orale et écrite. L'enseignement s'appuie sur des supports divers (textes, films, documentaires, rapports, essais, manuels) dont le contenu est en lien avec la restauration collective et l'alimentation, et abordé dans des perspectives thématiques et professionnelles (rédaction de CV, de lettres de motivation, mise en situation professionnelle).

Les étudiants qui désirent continuer l'apprentissage d'autres langues pourrait le faire hors cursus au sein des départements concernés à l'université de Toulouse Jean Jaurès.

## SEMESTRE 8

---

## UE 801 | Mémoire de recherche et stage

---

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

- **Mémoire de recherche**

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

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

- **Stage professionnel de 12 semaines**

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

**UE 802 | Economie et management des organisations touristiques et hôtelières - 100h**

Les UE 702, 802 et en partie l'UE 902 ont pour objectif de rappeler les fondements disciplinaires en sciences de gestion et de management. L'approche privilégie une véritable articulation entre le champ théorique de ces différentes disciplines et les aspects pratiques qui concernent en particulier les secteurs du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration. En prenant en compte d'autres UE, l'étudiant est amené à mettre en évidence dans une perspective professionnelle l'interdisciplinarité nécessaire dans ce parcours.

**• Économie du tourisme international (25h)**

Ce cours étudie les principes et avancées des nouveaux courants de la pensée économique du Tourisme. Il s'agit de conduire une analyse économique prédictive de redéfinition des concepts, de recomposition des champs, de transformation des pratiques et politiques, et d'évolution des comportements, du Tourisme, et des filières et thématiques associées.

**Bibliographie indicative :**

- ▶ Gardini M. & Ottenbacher M. (2020), *The Routledge Companion to International Hospitality Management*, Routledge, Londres, 454p.
- ▶ Raga J. (2019), *Strategic Management for Hospitality & Tourism Sector*, Arcler Education Inc, Burlington, 290p.
- ▶ Sabourin V. (2021), *Strategic Management for Hospitality and Tourism Industry: Developing a Competitive Advantage*, Apple Academic Press Inc., Palm Bay, 268p.
- ▶ Timothy D. (2021), *Handbook of Globalisation and Tourism*, Edward Elgar Publishing Ltd, Cheltenham, 360p.
- ▶ Xiang Z. & Fesenmaier D. (2018), *Analytics in Smart Tourism Design: Concepts and Methods*, Springer, New York, 324 p.

**• Entrepreneuriat en tourisme et hôtellerie-restauration (15h)**

L'objectif est d'aider l'étudiant dans son projet professionnel notamment en abordant les principes et les outils de gestion de projet ainsi que le processus de l'entrepreneuriat en tourisme et en hôtellerie-restauration pour conduire à la création d'entreprise. Il s'agit d'identifier également les acteurs publics et privés de l'écosystème entrepreneurial. Les techniques d'idéation et différents outils sont présentés ("design thinking", "lean start-up") avec de nombreuses applications en tourisme et en hôtellerie et restauration.

**Bibliographie indicative :**

- ▶ Schmitt C. (2017), *La fabrique de l'entrepreneuriat*, Dunod, 170 p.
- ▶ Léger-Jarniou C. (2013), *Le Grand livre de l'entrepreneuriat*, Dunod, 419 p.

**• Management de la qualité (20h)**

Les démarches qualité en tourisme et en hôtellerie sont en appui du marketing et du management. A travers l'idée de qualité globale, la qualité dans les industries du tourisme et de l'hôtellerie, est devenue un impératif majeur pour un tourisme durable.

Le contenu de l'UE s'articule autour de trois axes :

- les politiques et stratégies de la qualité,
- les méthodes et outils d'évaluation de la qualité,
- la prise en compte de la qualité dans les stratégies de développement durable.

**Bibliographie indicative :**

- ▶ Gaby F. & Jambart C. (2002), *La qualité dans les services : Fondements, témoignages, outils*, Edition Economica 2<sup>ème</sup> édition
- ▶ Hersan C. (1999), *Vade-mecum assurance qualité*, EÉdition Lavoisier
- ▶ Provost-Vanheck E. & Sibille F. (2014), *Osez manager ISO 26000*, Édition AFNOR 2<sup>ème</sup> édition

**• Stratégie de Communication et marketing digital (15h)**

Cet enseignement aborde plus spécifiquement les stratégies de communication et les nouveaux outils technologiques afin de prendre en compte à la fois la nécessité d'adapter sa communication en interne et en externe en tenant compte à la fois d'une relative uniformisation des comportements, des évolutions technologiques ainsi que des spécificités culturelles décrites ci-dessus. Le contenu s'articule autour des notions suivantes : présentation des politiques de communication et du mix de communication dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie restauration, spécificités de la communication touristique et dans l'hôtellerie restauration, NTIC et e-communication appliquées au tourisme et à l'hôtellerie restauration.

**Bibliographie indicative :**

- ▶ Balagué Ch., Fayon D. (2012), *Facebook, Twitter et les autres..., intégrer les réseaux sociaux dans une stratégie d'entreprise*, 2<sup>ème</sup> Edition, Pearson Education
- ▶ Chéreau M. (2015), *Community Management : comment les marques se transforment au contact de leurs communautés*, 3<sup>ème</sup> édition, Dunod
- ▶ Décaudin J.-M., Malaval Ph., Devianne G. (2016), *Pentacom*, 4<sup>ème</sup> Edition Pearson Education
- ▶ Kotler Ph., Bowen J. T., Makens J. C., Décaudin, J.-M., Bories D., Pichon P.-E., Laborde Ch. (2016), *Marketing du tourisme et de l'accueil*, 6<sup>ème</sup> Edition, Pearson Education
- ▶ Norcia D. (2016), *Youtube Marketing. Vidéos en ligne et stratégies de contenus : le nouveau storytelling*, Ellipse

**• Management responsable et financement du développement (20h)**

La prise en compte du développement durable au sein des entreprises touristiques impacte les processus de GRH (formation et gestion des emplois, rémunération et évaluation) et invite à modifier les pratiques existantes et à renouveler le champ des compétences. De même, les nouvelles pratiques en matière de stratégie, de marketing et de finance responsable sont abordées à travers une approche théorique et managériale.

De nouvelles fonctions et métiers apparaissent autour du développement durable : sont abordés le rôle et les activités du "responsable du développement durable dans l'organisation" ou de chef de projet de développement durable.

**UE 803 | Sciences sociales appliquées au management - 25h****• Sociologie du tourisme et des loisirs (25h)**

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

**Bibliographie indicative :**

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

**UE 804 | Initiation aux outils de la recherche - 25h****• Études qualitatives (10h)**

Cette UE vise à sensibiliser les étudiants aux différents outils d'enquêtes utilisés en sciences sociales. Ces techniques permettent aux étudiants de recueillir différents types de données, de les analyser et de les intégrer à leur travail de recherche de première année.

**• Études quantitatives (15h)**

Cet enseignement permet l'acquisition des compétences de productions (réalisation, administration, analyse) en parallèle de l'acquisition de connaissances sur les descriptions empiriques. Ces techniques facilitent l'interprétation statistique des résultats adossée aux analyses sociologiques et managériales (stratégie, marketing, GRH, etc.). Les études de cas s'appliquent aux domaines de l'hôtellerie restauration et des industries du tourisme.

**Fondements de l'étude quantitative**

- Étude qualitative et /ou quantitative ?
- Les différents d'études quantitatives en tourisme : étude d'image, de satisfaction, sondage exploratoire, observatoire...
- Objet de l'étude (*exploratoire / descriptive/causale*) et protocole de l'étude (étapes),
- Notion de variable et modélisation de variable : dépendante et indépendantes, Modératrices et Médiatrices,
- Cadrage de l'étude et base de sondage, échantillonnage, intervalle de confiance,
- Mode d'administration et conception d'un questionnaire (*champs d'investigation et arborescence...*),
- Contrôle qualité terrain (*indicateurs...*) et préparation des données,
- Initiation à l'analyse de données : univariée (*traitements variable numérique, forme de distribution, skewness, kurtosis, analyse d'une variable qualitative et représentations graphiques appropriées dont Boxplot*) et bivariée (*Chi deux, Anova, corrélation*),
- Initiation test d'hypothèses et interprétation, limites des interprétations.

**Initiation à l'analyse de données avec logiciel**

- Applications de types analyses bivariée : Chi deux, Anova, corrélation avec logiciel de Type SPSS,
- Initiation à l'intelligence artificielle.

**Bibliographie indicative :**

- Carricano M., Poujol F., Bertrandias L. (2010), *Analyse de données avec SPSS*, Ed.Pearson
- Mascarola J. (2018), *Faire parler les données*, Ed. EMS
- Stafford J. (1999), *La recherche touristique, introduction à la recherche quantitative par questionnaire*
- Nagy Z. (2018), *Artificial Intelligence and Machine Learnings Fundamentals*, Packt Publishing.

## UE 805 | Atelier terrain - Insertion professionnelle - 25h

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

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

### • Atelier terrain (20h)

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

### • Insertion professionnelle (5h)

L'objectif de cet enseignement est à la fois d'aider l'étudiant dans sa démarche de recherche de stage et de lui faire prendre conscience des enjeux de cet apprentissage dans la construction de son projet professionnel. Cette séquence s'articulera autour de plusieurs thèmes :

- Outils et méthodes de recherche de stage,
- Techniques rédactionnelles de curriculum vitae et de lettres de motivation,
- Préparation du stage : recherches préalables, échanges proactifs sur la définition des missions et des méthodes de travail.

## UE 806 | Langues vivantes (LV 1 et LV 2) 25h + 25h

### • Langue vivante 1 Anglais (25h)

Cette UE vise à l'amélioration des compétences fixées par le cadre européen des langues, notamment la compréhension et l'expression orale et écrite. Les enseignements s'appuient sur des supports divers (textes, films, documents professionnels, manuels) dont le contenu est en lien avec le tourisme et l'hôtellerie-restauration.

Les domaines abordés sont : le développement des nouvelles technologies et leur impact sur les secteurs de l'hôtellerie et du tourisme, les transports dans un contexte de globalisation, le monde de l'emploi, le tourisme durable et les modes alimentaires.

### • Espagnol, Allemand, Italien ou FLE (25h)

Les cours d'espagnol, d'allemand, d'italien et de FLE sont dispensés en LV2. Ils visent à l'amélioration des compétences fixées par le cadre européen des langues, notamment la compréhension et l'expression orale et écrite. L'enseignement s'appuie sur des supports divers (textes, films, documentaires, rapports, essais, manuels) dont le contenu est en lien avec le tourisme et l'hôtellerie-restauration, et abordé dans les perspectives thématiques et professionnelles (rédaction de CV, de lettres de motivation, mise en situation professionnelle).

Les étudiants qui désirent continuer l'apprentissage d'autres langues pourraient le faire hors cursus au sein des départements concernés à l'université de Toulouse Jean Jaurès.



**SEMESTRE 9****UE 901 | Management et ingénierie touristiques - 60h****• Ingénierie et stratégies touristiques (20h)**

Le tourisme est de plus en plus utilisé comme un outil majeur de développement des territoires. Aujourd'hui, parce que le client se déplace, il s'inscrit dans un espace mondialisé où la géopolitique, les différentes cultures et les patrimoines variés constituent son socle mais aussi ses fragilités, que les méthodes et outils doivent intégrer pour que cette activité puisse participer au processus de développement durable des territoires.

Dans ce contexte, cet enseignement doit permettre à l'étudiant de maîtriser la conduite de projet tant dans les méthodes au travers des différentes étapes d'élaboration que dans les outils en particulier le diagnostic touristique et le plan stratégique

**• Géographie et géopolitique du tourisme international (20h)**

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

**• Sociologie des organisations (20h)**

Cet enseignement porte sur la description, la compréhension et l'explication du fonctionnement des organisations d'hôtellerie restauration en mobilisant les grilles de lectures sociologiques. Seront abordés des sujets tels que :

- les formes d'organisation rationnelle du travail,
- l'apport du courant des relations humaines,
- les logiques d'acteurs.

**UE 902 | Conseil et études en tourisme, hôtellerie-restauration - 65h****• Méthodologie du conseil et applications (25h)**

L'activité de consultant est abordée à travers les méthodologies et outils ainsi que des applications spécifiques au secteur d'activité. Cela se traduit par des travaux de groupe issus d'une commande de professionnels. Les métiers de consultant, la gestion d'un cabinet et les différentes phases de l'activité de conseil et d'audit (proposition et stratégie commerciale, mise en œuvre, restitution et extractions) sont au cœur de cet enseignement.

**• Études marketing (25h)**

L'étude de marché est abordée à travers ses objectifs et sa place centrale dans la démarche marketing d'une entreprise de tourisme et d'hôtellerie. Des études de marchés soumises par des professionnels du secteur seront proposées aux étudiants et viendront compléter la professionnalisation de cet enseignement. Des sorties terrain ainsi que le rendu final se feront en présence des commanditaires.

**Bibliographie indicative :**

- Kotler Ph., Bowen J. T., Makens J. C., Décaudin J.-M., Bories D., Pichon P.-E., Laborde Ch. (2016), *Marketing du tourisme et de l'accueil*, 6<sup>ème</sup> Edition, Pearson Education
- Kotler P., Dubois B., Manceau D., Keller K.L. (2015), *Marketing management*, 15<sup>ème</sup> Edition, Pearson Education
- Malhotra N., Décaudin J.-M., Bouguerra A., Bories D. (2014), *Études Marketing*, 6<sup>ème</sup> Edition, Pearson Education
- Vernet E., (2017), *Techniques d'études de marché*, 4<sup>ème</sup> Edition, Vuibert

**• "Revenue management" et gestion des canaux de distribution (15h)**

Problématique essentielle des entreprises de service, le "revenue management" correspond à une fonction devenue centrale dans les organisations touristiques et hôtelière. L'objectif est de présenter la fonction revenue management et ses fondements, les méthodes d'optimisation et la mise en œuvre du revenue management dans l'entreprise. Les applications concernent à la fois les hôtels indépendants, les chaînes hôtelières et les tours opérateurs ; à la suite de cet enseignement dans le cadre de l'UE 905, des professionnels reconnus du secteur d'activité (Intercontinental Hôtel Group, ACCOR et Consultants) proposent des études de cas. Un travail de groupe donne lieu à une restitution en la présence des professionnels et enseignants concernés.

**Bibliographie indicative :**

- Legohérel P. & Poutier E. (2017), *Revenue management : anticiper l'offre et la demande pour optimiser le prix*, 2<sup>ème</sup> édition, Dunod
- Vouk I. (2018), *Revenue management made easy for midscale and limited service hotels*. Edited by Jeremiah Mogane San Diego

**UE 903 | Management financier des organisations touristiques et hôtelières - 25h****• Faisabilité financière d'un projet touristique, hôtelier et de restauration**

L'objectif de cette UE est d'acquérir les compétences nécessaires afin d'évaluer financièrement des projets touristiques, de porter un diagnostic sur la situation financière d'une entreprise, de connaître les critères de choix d'investissement et des modes de financement adaptés, de mettre en œuvre des outils de contrôle de gestion d'ordres opérationnels et stratégiques. L'UE est articulé autour de la finance d'entreprise et du contrôle de gestion.

- Le diagnostic financier d'une entreprise et d'un projet de création à partir du triptyque : rentabilité, liquidité, structure financière,
- Les problématiques d'investissement et de financement en hôtellerie restauration et en tourisme,
- Étude de rentabilité d'un investissement en tourisme et en hôtellerie,
- Le calcul des prix de revient partiels et aide à la décision,
- Le contrôle de gestion comme moyen de décliner la stratégie et comme outil pour animer la structure managériale d'une entreprise touristique et hôtelière,
- Les tableaux de bord de gestion et l'analyse de la performance,
- Le pilotage stratégique de l'organisation ("Balanced score card"),
- Les enjeux RSE de l'entreprise et le système de pilotage adapté.

**UE 904 | Initiation aux outils de la recherche appliquée, méthodologie - 25h****• Méthodologie de recherche (10h)**

Dans l'optique du mémoire de deuxième année (UE 901), cet enseignement rappelle les fondements méthodologiques de recherche appliquée et s'articule autour de rendez-vous individuels sur la problématique et la méthodologie de travail de chaque étudiant.

**Bibliographie indicative :**

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

**• Analyse et gestion de données (15h)**

Outre le cadrage méthodologique, l'UE a pour objectif d'accompagner les étudiants dans l'opérationnalisation de la recherche à travers notamment l'apprentissage d'outils d'aide à la décision. Les enseignements incluent la construction de modèles opérationnels répondant tant à une mission de stage (présence d'une commande professionnelle) qu'à la présence d'un projet professionnel. Ils s'appuient ainsi sur l'apprentissage de protocoles d'investigation ou de terrain mettant en avant des outils d'analyse appropriés.

L'UE est centrée sur l'acquisition des pratiques d'enquêtes quantitatives, des statistiques descriptives et explicatives, de l'analyse de données en vue de la mise en place d'outils d'aide à la décision (Sphinx, SPSS). L'accent sera mis dans cette UE sur les étapes de l'analyse de données : définition de problématique, description des données, validation des instruments de mesure.

- ACP (analyse en composantes principales)
- Régression linéaire et multiple
- Application : étude de marché.
- Rappel chi deux.
- Analyse Factorielle (AFC)
- Différentes approches de l'analyse de données textuelles et Initiation à la lexicométrie
- Analyse d'un corpus avec logiciel
- Champs d'application en Tourisme, Hôtellerie -Tourisme dans différentes disciplines (sociologie, Management...) : analyse des entretiens, netnographie...

*Bibliographie indicative :*

- Thiétart R.A. (2014), *Méthodes de recherche en Management*, Dunod
- Lebart L. & Salem A. (1994), *Statistique textuelle*, Dunod

---

**UE 905 | Applications professionnelles et insertion professionnelle - 25h**

---

• **Droit privé du tourisme (15h)**

Le cours de droit porte, d'une part, sur une présentation sommaire des outils juridiques de l'activité des entreprises touristiques (fonds de commerce et baux commerciaux avec notamment la question des locaux à usage exclusif de bureaux) et, d'autre part, sur les contrats utilisés dans le secteur du tourisme (contrats de vente de voyages, contrats de transport de personnes, transport aérien, transport maritime avec la question des croisières, transport ferroviaire et transport par autocar) et sur la responsabilité correspondante.

• **Applications professionnelles (5h)**

L'objectif est d'apporter un éclairage particulier sur les métiers et les activités du secteur du tourisme et de l'hôtellerie restauration. Des professionnels de ces secteurs interviennent sur les principaux thèmes d'actualité et le devenir des métiers.

• **Insertion professionnelle (5h)**

L'objectif de cet enseignement est de permettre à l'étudiant de trouver un emploi à l'issue de sa formation. Cette séquence s'articulera autour de plusieurs thèmes :

- Outils et méthodes de recherche de stage,
- Techniques rédactionnelles de CV et lettres de motivation,
- Préparation au stage : recherches préalables, échanges pro-actifs sur la définition des missions et des méthodes de travail.

---

**UE 906 | Anglais professionnel : conférences et séminaires - 25h**

---

• **Conférences & séminaires (20h)**

Conférenciers et professionnels sollicités dans le cadre des partenariats de l'ISTHIA et du laboratoire de recherche CERTOP interviendront en anglais sur des thématiques différentes dans le champ du tourisme de l'hôtellerie-restauration et de l'alimentation.

• **Synthèse de conférences & séminaires : choix d'une thématique (5h)**

Une note de synthèse sera produite par les étudiants à partir des thématiques introduites par les conférenciers et professionnels. Elle sera complétée par une restitution orale en présence du responsable de parcours et d'un enseignant titulaire en anglais.



**SEMESTRE 10****UE 1001 | Mémoire et Stage**

Cette UE comprend la réalisation d'un stage de 24 semaines et d'un mémoire professionnel. Ce travail est rendu à l'issue du stage et donne lieu à une soutenance. Le stage de Master 2 est le terrain d'application du mémoire de Master 2 (il lui est concomitant).

**UE 1002 | Gestion des ressources humaines des organisations touristiques et hôtelières - 25h****• Gestion des ressources humaines (25h)**

Cet enseignement a pour objectif, à partir d'une combinaison des travaux en sous-groupes et de mises en situation, de développer chez l'étudiant sa capacité à :

- travailler en équipe,
- renforcer sa contribution à la performance de l'équipe,
- optimiser ses capacités à communiquer et à coopérer au sein d'un collectif. Dans ce cadre, une thématique fera l'objet d'un approfondissement particulier : la gestion des conflits.

**Bibliographie indicative :**

- Belbin M. (2006), *Les rôles en équipe*, Éditions d'Organisation
- Milgram S. (2017), *Soumission à l'autorité*, Éditions Pluriel
- Mucchielli R. (2016), *Le travail en équipe : Clés pour une meilleure efficacité collective*, ESF Editeur, 17<sup>ème</sup> édition
- Poitras J. (2018), *Gestion des conflits au travail*, Québec Livres
- Bréard R. & Pastor P. (2011), *Gestion des conflits*, 4<sup>ème</sup> édition, Éditions Liaisons
- Marsan C. (2010), *Gérer et surmonter les conflits*, 2<sup>ème</sup> édition, Dunod, 2010

**UE 1003 | Conférences et outils de recherche - 25h****• Conférences & séminaires (10h)**

il s'agit principalement de conférences d'enseignants chercheurs et de professionnels reconnus du secteur d'activité touristique.

**• Analyse de données avec logiciels de statistiques (15h)**

cette UE vient en complément de l'UE 904 ( Méthodologie de recherche) afin de traiter des données quantitatives ou qualitatives dans le champs des sciences sociales. Elle s'appuiera sur l'utilisation de logiciels tels que SPSS afin de proposer des analyses descriptives ( tris croisés , analyse factorielle) ou plus avancées ( Anova, régression...).

**Bibliographie indicative :**

- Thiétart A. R. (2014), *Méthodes de recherche en Management*, Dunod
- Rissoan R. & Jouin R. (2018), *La boîte à outils de la stratégie de la big data*, Dunod

**UE 1004 | Jeu d'entreprise et insertion professionnelle - 25h****• Jeu d'entreprise (20h)**

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

**• Insertion professionnelle (5h)**

L'objectif de cet enseignement est de permettre à l'étudiant de trouver un emploi à l'issue de sa formation.

- Outils et méthodes de recherche d'emploi,
- Techniques rédactionnelles de curriculum vitae et de lettres de motivation,
- Préparation au stage : recherches préalables, échanges pro-actifs sur la définition des missions et des méthodes de travail.

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

## Modes de la formation

Cette formation peut être suivie :

- En formation initiale
- En formation continue

## Contacts

L'équipe pédagogique qui dispense les enseignements est composée d'enseignants-chercheurs de l'Université Toulouse - Jean Jaurès, ainsi que de professionnels de haut niveau en poste dans diverses entreprises régionales et nationales.

- **Responsable de la formation :**  
Driss Boumezzoug, *Maître de Conférences en géographie*
- **Gestionnaire de scolarité :** [isthia.toulouse@univ-tlse2.fr](mailto:isthia.toulouse@univ-tlse2.fr)

Pour consulter le programme détaillé de cette formation, connaître les modalités d'admission et retirer un dossier de candidature, consultez le site : [www.isthia.fr](http://www.isthia.fr)



Projet cofinancé par le Fonds Social Européen

Édition mars 2024

### Campus de Toulouse

5, allées Antonio Machado  
31 058 TOULOUSE cedex 09  
Tél : +33 (0) 5 61 50 42 30  
[isthia.toulouse@univ-tlse2.fr](mailto:isthia.toulouse@univ-tlse2.fr)

### Campus de Foix

4, rue Raoul Lafayette  
09 000 FOIX  
Tél : +33 (0) 5 61 02 19 74  
[isthia.foix@univ-tlse2.fr](mailto:isthia.foix@univ-tlse2.fr)

### Campus de Cahors

273, avenue Henri Martin  
46 000 CAHORS  
Tél : +33 (0) 5 65 23 46 04  
[isthia.cahors@univ-tlse2.fr](mailto:isthia.cahors@univ-tlse2.fr)