

Approche compétences

Master Tourisme



Pourquoi les compétences ?

- Faire évoluer le dispositif de formation et d'évaluation, mieux intégrer les savoirs, armer les étudiants à affronter la complexité du secteur du tourisme, valoriser leurs trajectoires personnelles.
- Renforcer la **professionnalisation**
- Gagner en **lisibilité** : continuité et progression sur les 2 ans du master (prise en compte des cursus pré-master)
- Gagner en **visibilité** : entreprises, partenaires étrangers, etc.

Parcours M2 :

Destination Management
 Luxury Hospitality
 Meeting & Event Industry

Bénéfices de l'approche compétences

- **Pédagogie active** : cours inversés, apprentissage par problèmes, e-learning, projets, etc.
- **L'étudiant au centre** : réalisations, implications et engagements des étudiants
- **Mise en situation professionnelle** : stages, projets, expériences extra-universitaires, etc.
- **Transversalité** des enseignements

Objectifs

*des étudiants autonomes,
 créateurs de valeur,
 créateurs de savoirs,
 prescripteurs pour le secteur
 du tourisme en perpétuelle
 mutation*

Changer de paradigme

- Transmettre des contenus **ET** mettre les étudiants en capacité d'agir
- Introduire des **activités transversales** pour permettre aux étudiants de s'entraîner à atteindre les objectifs.

Les outils en support de la démarche

- Référentiel de compétences
- e-Portfolio

Apprendre en tous lieux et en toutes circonstances

Référentiel de compétences



Master Tourisme Parcours Meeting & Event Industry



COMPÉTENCE 1

Analyser les enjeux sectoriels...

Master Tourisme
Parcours Meeting & Event Industry



COMPOSANTE ESSENTIELLE

... En différenciant les stratégies des acteurs en fonction des marchés et des segments visés

... En sachant identifier les composantes sociétales, technologiques et économiques de l'offre et la demande touristique

SITUATIONS PROFESSIONNELLES

Prise en compte de la concurrence

Identification des leviers d'influence (hors du champ économique)

Identification des leviers de compétitivité liés aux infrastructures et aux mobilités

APPRENTISSAGES INCONTOURNABLES

Analyser la stratégie des acteurs
Formuler la veille concurrentielle

Interpréter les mutations technologiques et sociétales
Analyser les risques exogènes liés au projet (géopolitiques, sanitaires)

Questionner les réseaux et infrastructures de transport
Questionner les mobilités et le tourisme

ENSEIGNEMENTS RESSOURCES

MANAGEMENT HÔTELLIER (M1)
CORPORATE STRATEGY (M1)
ACTEURS DU TOURISME (M1)
SOCIOLOGIE DU TOURISME (M1)
INFRASTRUCTURES, TRANSPORTS ET RÉSEAUX (M1)
FLUX TOURISTIQUES (M1)
GÉOPOLITIQUE (M2)
MOBILITÉS ET TOURISME (M2)

CHEMINEMENT

Pour certifier de ce niveau de compétence, l'étudiant en M1 doit pouvoir analyser la complexité du secteur du tourisme et ses interactions avec l'environnement social, économique, technologique et culturel. Au terme du M2, l'étudiant sera en position de décrypter les mutations du secteur et de ses acteurs et d'intégrer l'importance des leviers d'influence et de compétitivité y compris à l'échelle internationale.

☑ Modalités d'évaluation de la compétence 1

Validation de chaque « enseignements ressources » de la compétence 1 par le corps enseignant et e-portfolio.



IDEA bénéficie d'une aide de l'État gérée par l'Agence Nationale de la Recherche (ANR) au titre du programme d'investissements d'Avenir (référence ANR-11-IDFI-022) en complément des apports des établissements impliqués.

UNIVERSITÉ
— PARIS-EST

COMPOSANTE ESSENTIELLE

SITUATIONS PROFESSIONNELLES

APPRENTISSAGES INCONTOURNABLES

ENSEIGNEMENTS RESSOURCES

... En orchestrant les interdépendances

... En animant une équipe et un groupe de travail, y compris dans sa dimension interculturelle et technologique

Animation d'une équipe

Coopération dans un groupe de travail

Mobilisation et gestion et ressources

Coordonner une équipe et déterminer les besoins humains
Organiser la délégation et travailler en équipe
Mobiliser une équipe multiculturelle
Rédiger des rapports et reporting

Se positionner dans un groupe, écouter, conseiller
Être force de proposition
Gérer les interdépendances
Maîtriser une autre langue que le français et l'anglais

Connaître les acteurs du segment ainsi que les métiers et fonctions supports (prestations et infrastructures)
Utiliser les TIC et interagir sur les réseaux sociaux

COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE ET TOURISTIQUE (M1)
MARKETING ET BRAND COMMUNICATION (M1)
COMMUNITY MANAGEMENT (M1)
COMMUNICATION (M1)
LANGUES EN AUTO-APPRENTISSAGE (M1 ET M2)
DIGITAL MARKETING (M2)
GESTION DE CRISE (M2)
CHALLENGE CRASH-TEST (M2)

CHEMINEMENT

Pour certifier de ce niveau de compétence, l'étudiant doit savoir travailler en milieu multiculturel, maîtriser l'anglais professionnel et développer de nouveaux services ou outils innovants. **Au terme du M1**, l'étudiant planifiera l'usage des TIC et des réseaux sociaux pour le tourisme. Il sera capable de s'insérer dans une équipe-projet humainement et technologiquement. **Au terme du M2**, l'étudiant sera en position de gérer les complémentarités et les interdépendances entre les diverses parties prenantes y compris en situation de crise. Il sera en mesure d'insuffler le développement et les usages du numérique et de mobiliser les ressources pertinentes.

☑ **Modalités d'évaluation de la compétence 2**

Validation des « enseignements ressources » de la compétence par le corps enseignant + travaux de groupe de type « challenge-crash-test » évalués par les enseignants et les pratiquants de manière transversale + e-portfolio.

COMPÉTENCE 3

Agir en professionnel...

Master Tourisme
Parcours Meeting & Event Industry



COMPOSANTE ESSENTIELLE

SITUATIONS PROFESSIONNELLES

APPRENTISSAGES INCONTOURNABLES

ENSEIGNEMENTS RESSOURCES

- ... En intégrant les valeurs éthiques
- ... En actualisant ses compétences tout au long de la vie
- ... En faisant du lobbying et faisant évoluer les normes et les règlements



Savoir travailler dans divers lieux et environnements socioculturels
Savoir travailler dans le stress
Savoir prendre des décisions, résoudre des problèmes
Reconnaître ses limites
Intégrer les valeurs éthiques et déontologiques

Suivre l'actualité juridique de la profession autour de questions de contrats, de responsabilité
Suivre l'actualité juridique de la profession autour de questions de risques, sécurité
Participer à des activités de développement professionnel
Suivre et s'approprier les évolutions technologiques et sociétales

DROIT DU TOURISME (M1)
CAREER BUILDING (M1)
INITIATIONS AUX PARCOURS (M1)
LIVING LAB (M1 ET M2)
VIE ASSOCIATIVE (M1 ET M2)
CONFÉRENCES (M1 ET M2)
SCHEDULING AND COST CONTROL (M1)
QUALITY FOR PROJECT MANAGEMENT & RISK PROJECT MANAGEMENT (M1)
QUANTITATIVE MARKETING (M1)
MARKETING OPÉRATIONNEL (M1)
MANAGEMENT CONTROL (M1)

CHEMINEMENT

Pour certifier de ce niveau de compétence, l'étudiant doit savoir travailler dans le respect des cadres légaux et en milieu professionnel complexe. **L'étudiant de M1** sera en mesure d'analyser l'importance des cadres légaux, de composer avec un milieu professionnel intense et de confirmer son choix de parcours de M2. **L'étudiant de M2** sera en mesure d'être pro-actif, en situation de veille et d'observation devant lui permettre de construire son projet professionnel en accord avec son choix de spécialisation.

Modalités d'évaluation de la compétence 3

Validation des « enseignements ressources » de la compétence 3 par le corps enseignant, par la participation à des conférences de type « *jeudis du cluster tourisme* » avec synthèse et analyse de contenu et/ou les réalisations personnelles dans le cadre de projet de type *Living Lab* ou vie associative + e-portfolio.



IDEA bénéficie d'une aide de l'État gérée par l'Agence Nationale de la Recherche (ANR) au titre du programme d'investissements d'Avenir (référence ANR-11-IDFI-022) en complément des apports des établissements impliqués.

UNIVERSITÉ
— PARIS-EST

COMPOSANTE ESSENTIELLE

SITUATIONS PROFESSIONNELLES

APPRENTISSAGES INCONTOURNABLES

ENSEIGNEMENTS RESSOURCES

... En objectivant sa pratique professionnelle

Contribution scientifique et qualitative à l'évolution de la profession

Partager les bonnes pratiques
Diffuser par écrit et par oral
Contribuer à l'innovation

... En participant à la création de savoir

Posture réflexive, ouverture et initiative

Etre capable de structurer sa pensée, de rédiger et d'argumenter

ENTREPRENARIAT ET CRÉATION D'ENTREPRISE (M1 ET M2)
RAPPORTS PROFESSIONNELS (M1 ET M2)
SÉMINAIRE (M2)
MÉTHODOLOGIE (M2)
MÉMOIRE DE FIN D'ÉTUDES (M2)

CHEMINEMENT

Pour certifier de ce niveau de compétence, l'étudiant doit savoir exposer à l'écrit comme à l'oral sa pensée et contribuer pro-activement à la diffusion des bonnes pratiques professionnelles. **L'étudiant de M1** sera en mesure de l'appliquer à sa séquence professionnelle (rapport professionnel suite au stage de 4 mois). **L'étudiant de M2** devra faire montre de son engagement tout au long de sa scolarité et de sa période en entreprise (stage de 6 mois) par la rédaction et la présentation de nombreux travaux et l'élaboration de son mémoire de fin d'études.

☑ Modalités d'évaluation de la compétence 4

Validation des « enseignements ressources » de la compétence 4 par le corps enseignant + e-portfolio et sa transformation en mémoire de type VAE en M2.

COMPÉTENCE 5

Créer un événement...

Master Tourisme
Parcours Meeting & Event Industry



COMPOSANTE ESSENTIELLE

- ... En utilisant et maîtrisant les méthodes et outils de *management* de projet de la prise de brief à l'évaluation en passant par le cahier des charges fonctionnel et le respect du budget
- ... En conceptualisant un événement (*meeting design*)
- ... En répondant de manière judicieuse au client.

SITUATIONS PROFESSIONNELLES

- Écriture d'un cahier des charges
- Création d'un événement de type MPI Futur leaders (édition annuelle)
- Promotion et valorisation de l'évènement

APPRENTISSAGES INCONTOURNABLES

- Analyser la demande du client
Planifier le design de l'évènement : missions, format, but, objectifs
Estimer la faisabilité du projet
- Gérer le budget
Sélectionner un lieu et adapter l'évènement aux contraintes du lieu
Gérer les ressources financières : levées de fonds, sponsors
Gérer et administrer les inscriptions
Suivre la réalisation du projet
- Concevoir un plan *marketing* et les relations publiques
Promouvoir et vendre un projet
Mesurer la valeur de l'évènement (évaluation, ROI, audit)

ENSEIGNEMENTS RESSOURCES

- STRATEGIC PLANNING OF MEETINGS (M2)
- PROJECT MANAGEMENT AND MEETING DESIGN (M2)
- REVENUE AND SALES MANAGEMENT (M2)
- SITE MANAGEMENT (M2)
- MARKETING INTELLIGENCE AND INNOVATION APPLIED TO MEETINGS & EVENTS (M2)
- GÉOGRAPHIE DE LA MEETING INDUSTRY (M2)

CHEMINEMENT

L'étudiant de M1 doit pouvoir utiliser les spécificités du segment de la *Meetings & Events Industry*, maîtriser les outils du *management*, du *marketing* et du *management* de projet. Pour certifier de ce niveau de compétence, l'étudiant de M2 doit pouvoir construire le cahier des charges (*brief*) comme outil d'influence entre les parties prenantes. Il doit pouvoir utiliser le cahier des charges pour fixer les objectifs et les modalités de financement et clarifier les mécanismes d'achat des prestations.

☑ Modalités d'évaluation de la compétence 5

Validation des « enseignements ressources » de la compétence 5 par le corps enseignant : participation à la création d'un événement de type MPI Future Leaders ou l'organisation de rencontres avec les professionnels du secteur avec suivi et restitution évalués par le corps enseignant, les commanditaires et les professionnels + e-portfolio.



IDEA bénéficie d'une aide de l'État gérée par l'Agence Nationale de la Recherche (ANR) au titre du programme d'investissements d'Avenir (référence ANR-11-IDFI-022) en complément des apports des établissements impliqués.

UNIVERSITÉ
— PARIS-EST