

ECTS	Coef	Présentation des enseignements
30	30	Semestre 5 – Licence pro Taft
9	9	S5UE1 – Tourisme et développement des territoires
2	2	Les institutions du tourisme Rôle et fonctionnement des instances les plus représentatives aux niveaux local, régional, national, et mise en relief de leurs interactions à travers des applications concrètes au sein des territoires. (20h/étudiant)
3	3	Politique de développement touristique Définitions, méthodologie et flux touristiques : croissance du tourisme mondial et mouvements touristiques par grandes régions du monde. Analyse des problématiques de développement territorial local, national et international. Reconnaissance des différents fonds structurels et montage de dossiers (rôle de l'Europe dans le paysage institutionnel) (22h/étudiant)
2	2	Marketing territorial Compréhension des tenants et des aboutissants du marketing territorial (définitions mais aussi méthodologie et exemples concrets de stratégies de marketing de la destination) et application terrain.(10h/étudiant)
2	2	Valorisation touristique des territoires Spécificités et potentialités d'un espace géographique, assortie de la mise en évidence des cadres, conditions et axes majeurs d'élaboration de politiques de valorisation touristique des territoires en France et à l'international. (20h/étudiant)
9	9	S5UE2- Management des structures
3	3	Gestion budgétaire et financière Outils de gestion financière appliqués aux organisations du secteur touristique axée sur l'analyse de la rentabilité. Techniques de gestion budgétaire des entreprises touristiques, relatives aux prévisions de chiffre d'affaires, de charges fixes et de charges variables. Etudes de cas. (22h/étudiant)
3	3	Gestion de projets touristiques Méthodologie et outils de conception, promotion et gestion de projets touristiques d'affaires et festivalier, du diagnostic à l'évaluation finale : objectifs du projet ; organisation, planification, pilotage ; analyse des risques ; démarche qualité ; animation d'équipes... (27h/étudiant)
3	3	Gestion des ressources humaines Missions et actions de la fonction RH dans une perspective opérationnelle. Identifier les attentes, comprendre les enjeux du recrutement, savoir définir un poste, rédiger une fiche de poste, mettre en place une action de recrutement. (24h/étudiant)
12	12	S5UE3 – Communication et promotion touristiques
2	2	Informatique appliquée au tourisme d'affaires Initiation à la tourisimatique. Familiarisation avec l'outil de Global Distribution System. (15h/étudiant)
2	2	Multimédia et internet Découverte des outils de conception pour la communication numérique et traditionnelle. Connaître les différents moyens de communication et de promotion actuels et leurs usages. Techniques de veille et utilisation des service de communication en ligne. Promouvoir un service ou un événement sur le web(15h/étudiant)
2	2	Communication et relations média Aspects, outils et stratégies de communication adaptés au tourisme d'affaires et festivalier. Relations médias: définition et approches des différentes

		techniques de communication. Plan de communication. Nouvelles technologies de la communication. (18h/étudiant)
3	3	LV1 Anglais Approfondissement de connaissances spécifiques par apports théoriques axés sur la langue de spécialité ; compréhension et production orales/écrites; mises en situation de communication professionnelle. (30h/étudiant)
3	3	LV2 au choix : Espagnol/Allemand/Chinois Acquisition et/ou approfondissement de connaissances spécifiques par apports théoriques axés sur la langue de spécialité ; compréhension et production orales/écrites; mises en situation de communication professionnelle. (30h/étudiant)
30	30	Semestre 6 – Licence pro Taft
11	11	S6UE1 – Production touristique
3	3	Aspects juridiques et contractuels Outils de compréhension et de conception des aspects juridiques et contractuels de la création d'entreprise et de la mise en place d'événementiels ou de festivals. (30h/étudiant)
3	3	Analyse commerciale de projets Fondamentaux et méthodologie de la production de projets touristiques événementiels, illustrés par des cas pratiques régionaux, nationaux et internationaux en prise directe avec l'actualité (30h/étudiant)
3	3	Préparation offre : conception & commercialisation Techniques et outils de création de l'offre touristique. Analyse du marché et élaboration d'une offre adaptée à une clientèle d'affaires à partir d'études de cas. L'accent est mis sur le prix : notions de prix, calculs de marges, gestion des réservations.... (30h/étudiant)
2	2	Gestion de la qualité Etude de la notion de qualité, modalités de sa mise en œuvre, et enjeux pour les structures touristiques engagées dans un processus de management par la qualité. (12h/étudiant)
	9	S6UE2 – Hébergement touristique et patrimoine
3	3	Congrès, séminaires d'affaires et hôtellerie Connaissance du marché du tourisme d'affaires, de ses spécificités et évolutions. Techniques professionnelles corrélatives. (20h/étudiant)
3	3	Création et gestion d'événements Techniques et outils opérationnels de management de projets événementiels : présentation et analyse d'un cahier des charges (objectifs, actions, cibles, partenariat...) ; logistique d'un événementiel (fiche technique); sponsoring; création de supports de communication; élaboration reporting. (20h/étudiant)
3	3	Patrimoines touristiques Analyse des leviers d'attractivité touristique d'une ville, d'un département ou d'une région. Approche concrète de sites classés (patrimoine mondial de l'UNESCO, réseau grands sites de France, monuments nationaux, villes et pays d'art et d'histoire, etc.) dans leurs contextes, enjeux et pratiques. (20h/étudiant)
4	4	S6UE3 – Projet tuteuré
4	4	Encadrement des projets tuteurés Accompagnement pédagogique personnalisé dans le traitement d'une action professionnelle sous forme de travaux de groupe pluridisciplinaires et transversaux : préparation à la gestion de projet correspondant aux diverses phases de l'ingénierie touristique (développement, conception, commercialisation, gestion).