

ECTS	Coef	Présentation des enseignements
30	30	Semestre 5 – L3
6	6	S5UE1 – Environnement du tourisme 1
4	4	Géostratégie et marchés
2	2	Droit de l'entreprise Fondamentaux du droit des affaires nécessaires à une bonne compréhension de la vie juridique des entreprises
9	9	S5UE2- Langages et méthodologie
2	2	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.
1	1	Préparation au CLES niveau 1 Le certificat CLES a pour objet de valider les compétences des étudiants dans une ou plusieurs langues étrangères acquises durant leur formation.
1	1	Préparation au C2i Le C2i niveau 1 permet : <ul style="list-style-type: none"> • d'évoluer librement et de manière autonome dans un environnement numérique riche et évolutif • de maîtriser votre identité numérique et d'agir, notamment sur le web, selon les règles d'usage • de produire, d'adapter et de diffuser des documents avec efficacité • de vous documenter et de vous tenir informer de communiquer et de collaborer entre pairs et avec une organisation
3	3	Techniques d'accueil et expression Présentation des différentes techniques d'accueil et d'expressions spécifiques au secteur du tourisme
2	2	Méthodes informatisées d'enquêtes Techniques d'enquêtes et les appliquer sur des données réelles au moyen de logiciels spécifiques : SPHINX. Méthode d'échantillonnage.
15	15	S5UE3 – Management du tourisme
3	3	Economie du tourisme Concepts économiques propres au tourisme : les approches scientifiques du tourisme ; mesure statistique du phénomène ; variables qui influencent la consommation et la productivité, externalités du tourisme dans l'espace, le paysage, l'environnement et la culture ; les conséquences de la mondialisation sur le tourisme
4	4	Industrie touristique Connaissance de l'industrie du tourisme en France et dans le monde. Analyse des différentes formes de tourisme, des destinations et des évolutions dans le temps et l'espace. Mise en perspective mondiale et prospective de l'offre et de la demande. Impacts socio-économiques, environnementaux du tourisme. Politiques et stratégies déployées par les principaux acteurs du tourisme.
4	4	Connaissances des organisations touristiques Les grands principes qui régissent l'organisation institutionnelle du tourisme, une façon d'aborder et de questionner cette organisation, les institutions et identifier les principaux acteurs, groupements professionnels ; filières intervenant dans le tourisme. Connaître les interactions organisation / environnement / employabilité pour une recherche d'emploi dans le secteur.
4	4	Gestion financière des opérateurs touristiques

		Dresser les états financiers d'une entité et établir un diagnostic financier à partir de ces états comptables
30	30	Semestre 6 – L3
3	3	S6UE1 – Environnement du tourisme 2
2	2	Economie des services
1	1	Informatique appliquée Initiation à la touristmatique : familiarisation avec l'outil de Global Distribution System (AMADEUS)
11	11	S6UE2 – Développement des activités touristiques
2	2	LV1 Anglais
2	2	LV2 au choix : Espagnol/Allemand/Chinois
3	3	Sociologie du tourisme et des loisirs
3	3	Marketing du tourisme Présentation des fonctions du marketing des services et plus précisément le marketing du tourisme. Maîtriser les connaissances et les techniques de base du marketing et connaître les méthodes et outils de toute démarche marketing des opérateurs touristiques. En particulier seront étudiés les comportements des consommateurs – cibles, les principes de segmentation et l'étude du marketing mix touristique
1	1	Projets professionnalisés
11	11	S6UE3 – Hôtellerie internationale (option)
2	2	Gestion de la qualité hôtelière Sensibilisation sur la notion de qualité hôtelière et ses spécificités dans le tourisme. Gestion de la qualité. Coûts de la qualité et coût de la non-qualité
3	3	Gestion hôtelière Connaître les bases de la gestion d'exploitation (fiscal, social, contrôle) et de la gestion financière (bilan, fonds de roulement,) d'une entreprise
3	3	Institutions publiques du tourisme Institutions mondiales, nationales et locales du tourisme. Montrer les raisons qui ont conduit à leur création, leur rôle et l'évolution éventuelle de leurs fonctions au regard de l'activité touristique, plus particulièrement au regard de la préservation des différents bien culturels, naturels ...
3	3	Communication dans l'industrie hôtelière Permettre de définir une stratégie de communication en ligne conforme aux attentes du plan marketing.
11	11	S6UE3 – Produits touristiques et patrimoine (option)
1	1	Mise en tourisme des patrimoines
3	3	Communication et e-tourisme
4	4	Conception et gestion de projets touristiques Définir ce qu'est un produit touristique, définir le processus et les étapes de la création touristique à partir de la demande / cible, assurer une vente en bonne et due forma et le suivi de ses dossiers, comprendre l'importance du retour client et du traitement des après-ventes et de la fidélisation.
3	3	Eco-tourisme, tourisme durable et responsable
5	5	S6UE4 -Initiation professionnelle
		Stage d'initiation professionnelle (minimum 3 mois)
5	5	Rapport de stage