



Master Spécialisé BAC +5 MARKETING ET MANAGEMENT TOURISTIQUE

OBJECTIFS

La formation vise le développement des compétences nécessaires à l'exercice des métiers liés au marketing et management du tourisme. Ainsi, elle a pour buts de :

- Faciliter le développement professionnel des étudiants avec la spécialisation dans le marketing et management touristique.
- Former des professionnels dans le secteur touristique capable de faire face à toutes les situations de concurrence touristique.
- Doter les étudiants d'un savoir faire dans le secteur touristique pour être innovants en matière d'application des initiatives dans un contexte professionnel.
- Développer la capacité de l'application du savoir acquis et de la résolution des problèmes dans l'entreprise touristique et la gestion de destination.

COMPETENCES A DEVELOPPER

- Maitrise de la filière touristique.
- Savoir élaborer et mettre en œuvre des stratégies et des plans d'action pour la promotion et le marketing des entreprises et des destinations touristiques.
- Savoir mettre en place des stratégies de valorisation et de promotion des produits touristiques.
- Être capable d'accompagner les structures touristiques dans leurs stratégies de développement.

DEBOUCHES

- Cadres supérieurs en tourisme
- responsable marketing promotionnel
- responsable marketing interactif
- Stratège en marketing
- Revenu manager
- Concepteur de voyage
- Chargé de produit touristique
- Responsable marketing en office de tourisme
- Assistant Manager

DEROULEMENT

- Les enseignements sont dispensés sous forme de modules et de séminaires étalés sur quatre semestres.
- Le volume horaire global est de 1200 Heures.
- Un stage dans une structure touristique d'une durée de 3 mois au minimum donnant lieu à un rapport soutenu devant un jury.



MODALITES D'ADMISSION

Le Master est ouvert aux étudiants répondants aux conditions suivantes :

- Être titulaire d'une licence ou d'un diplôme équivalent en gestion, marketing, économie, communication et tourisme.
- Être titulaire de diplômes des Ecoles et Instituts de Tourisme

Pré-requis pédagogiques

spécifiques :

- L'étudiant doit avoir les notions de base de la gestion de l'entreprise et de son environnement et du contexte économique et social des entreprises.
- L'étudiant devra disposer d'une bonne maîtrise de **Français** et de **l'Anglais**

PROCEDURES DE SELECTION

- **Présélection** sur la base du dossier présenté par le candidat (dossier de candidature, type de diplôme et nombre de mentions obtenues.)
- **Test écrit** : épreuves en français et en anglais
- **Entretien.**

DOSSIER DE CANDIDATURE

- Lettre de motivation.
- Curriculum Vitae.
- Copie conformes des diplômes.
- Relevé des notes
- Copie conformes de la CIN.
- Acte de naissance.
- Deux photos d'identité.
- Deux enveloppes timbrées.

PROGRAMME :

SEMESTRE 1 :

M1: Gestion des entreprises touristiques

- Management des entreprises touristiques
- Modèles de gestion des entreprises touristiques

M2: marketing touristique

- Marketing opérationnel touristique
- Marketing stratégique touristique

M3: Management des destinations Touristiques

- Modèles de compétitivité des destinations touristiques
- Management stratégique des destinations touristiques

M4: Tourisme Durable et Responsabilité Sociale des Entreprises touristique

- Tourisme durable
- Responsabilité Sociale des entreprises touristiques

2 :

M5: Techniques comptables et financières appliquées au tourisme

- Comptabilité analytique et prévisionnelle
- Comptabilité et analyse des comptes annuels

M6: Communication Touristique

- Négociation et argumentation en marché touristique
- Etudes en tourisme en anglais

SEMESTRE 3 :

M1: Techniques de Montage de Projets Touristiques

- Gestion de projets
- Montage de projets touristiques

M2: Management de produits touristiques

- Création et développement des produits de niche
- Management des produits touristiques et de l'événementiel

M3 : Tourisme et TIC

- E-Tourisme
- M-Tourisme

M4 : Marketing des destinations touristiques –

- Marketing des destinations touristiques
- Techniques de commercialisation des destinations touristique

M5 : Attractivité des destinations touristiques :

- Tourisme nautique et tourisme golfique
- Tourisme et attractivité territorial

M6 : Nouvelles tendances en tourisme

- Tourisme et innovation
- Tendances économiques en tourisme



SEMESTRE 2 :

M1: Management stratégique appliqué aux entreprises touristiques

- Management stratégiques des entreprises touristiques
- Management stratégique des RH

M2: Analyse du marché touristique

- Etude de marché touristique
- Comportement du consommateur touristique

M3 : Diagnostic et valorisation du patrimoine naturel et culturel

- Diagnostic des ressources naturelles et culturelles
- Valorisation des produits touristiques

M4 : Système d'information et contrôle de gestion appliqué au tourisme

- Système d'information des entreprises touristiques
- Contrôle de gestion des entreprises touristiques

M5 : Tourisme et qualité

- Management de l'environnement et de la sécurité
- Management de la qualité dans les entreprises touristiques

M6: Communication Touristique

- Méthodologie de recherche en tourisme
- Stratégie de communication touristique

