



UNIVERSITÉ D'AVIGNON
ET DES PAYS DE VAUCLUSE

MASTER Droit, Economie, Gestion

**Mention : MANAGEMENT ET
COMMERCE INTERNATIONAL**

**Spécialité : TOURISME, GESTION
DE PROJET ET E-MARKETING**

Université :

**Université
d'Avignon et des
Pays de Vaucluse**

Années :

**2011-2012
2012-2013**

Campus d'enseignement :

Centre ville, Site Sainte-Marthe

Structure de rattachement :

UFR Droit, Economie, Gestion

Adresse :

74 Rue Louis Pasteur

84000 Avignon

Tel : 04 90 16 27 41

Fax : 04 90 16 27 44

Mel : vincent.jacob@univ-avignon.fr

Web : www.univ-avignon.fr

Responsables de la formation :

Philippe BACHIMON

Jacques CALVET

OBJECTIFS

Objectifs de la formation :

La formation répond aux besoins actuels croissants en professionnels du tourisme et des loisirs, tout en s'insérant dans la réflexion globale sur le développement local. Elle forme des cadres capables d'accompagner le développement durable des entreprises du secteur, maîtrisant les outils adaptés du management, des langues et des NTIC, ainsi que les méthodes d'analyse paysagère et patrimoniale.

La formation de cette spécialité se caractérise par une démarche concrète qui mêle enseignements dispensés par des universitaires spécialistes des questions touristiques et des professionnels du tourisme et des loisirs (marketing, logistique, financements internationaux...).

La formation s'appuie également sur la participation de partenaires institutionnels (PNR, Syndicats mixtes, OTSI, Ministère du tourisme, CCI ...) et d'entreprises (RMG, SNCF, Bélézy, Richard-Lewy Consultant, Géosysteme...).

Les stages et Mémoires sont faits en partenariat avec des professionnels du tourisme et des loisirs.

Compétences visées :

Maîtrise des conditions d'accompagnement du développement durable des entreprises du secteur du tourisme et des loisirs ; Compétence des métiers du tourisme, maîtrise des outils adaptés en matière de management, de langues, de nouvelles technologies de l'information et de la communication.

SELECTION

Sélection :

Bac + 3 (S5 + S6)

Licence (admission en M1) ou Master 1 (admission en M2) ou équivalents dans les domaines de la géographie, du tourisme, de l'économie, de la gestion.

Procédures d'admission :

M1: admission de droit uniquement pour les titulaires d'une Licence du domaine Droit-Economie-Gestion de l'Université d'Avignon.

M2: admission sur dossier de candidature ouverte aux étudiants titulaires d'un Master 1 ou d'un diplôme équivalent.

CONTENU

Organisation :

Le programme se déroule sur deux ans (M1 et M2). Pour chaque année la structure est identique :

- le semestre 1 (18 semaines) comprend des enseignements à l'Université
- le semestre 2 est constitué par un stage de 4 mois minimum qui donne lieu à la rédaction d'un mémoire de stage.

En M1 comme en M2 le premier semestre comprend :

- Un tronc commun comportant des Unités d'Enseignement Fondamentales
- Des enseignements obligatoires de la spécialité Tourisme
- Des enseignements obligatoires de langues LV1 + LV2

Programme des enseignements 1^{ère} année :**M1 MANAGEMENT COMMERCE INTERNATIONAL****TOURISME, GESTION DE PROJET ET E-MARKETING - Semestre 1**

Libellé	Crédits	Volume horaire	Note
Unités d'Enseignement Linguistiques			
ANGLAIS - COMMUNICATION ET CIVILISATION <i>Eleanor STEWART-TANGUY</i>	4,00	48h00	14,45
ESPAGNOL - LANGUE ET CIVILISATION <i>Magali DUMOUSSEAU-LESQUER & Paula GARCIA</i>	4,00	48h00	7,50
Unités d'Enseignement Fondamentales			
MACRO-ECONOMIE <i>Jacques CALVET</i>	1,00	21h00	13,63
GEOECONOMIE ET GEOPOLITIQUE <i>André ULPAT</i>	1,00	10h30	
PSYCHOLOGIE ET RESSOURCES HUMAINES <i>Bruno DAL PALU</i>	2,00	24h00	12,75
MARKETING <i>Dominique TASSERY</i>	2,00	24h00	10,20
FINANCES ET CONTRÔLE DE GESTION <i>Guillaume BERNARDELLI</i>	2,00	24h00	13,65
STRATEGIE D'ENTREPRISES <i>Dominique TASSERY</i>	1,00	18h00	13,40
SYSTEMES D'INFORMATION <i>Guillaume BERNARDELLI</i>	1,00	18h00	
BUSINESS PLAN <i>Guillaume BERNARDELLI</i>	2,00	18h00	17,00
GESTION DES SERVICES <i>Sandrine FDIDA</i>	2,00	18h00	
Unités d'Enseignement Spécialité Tourisme			
ENVIRONNEMENT TOURISTIQUE ET CULTURE <i>Philippe BACHIMON</i>	2,00	18h00	14,00
TOURISME : MANAGEMENT DE LA QUALITE <i>Jean-Paul TRINQUIER</i>	2,00	18h00	
TOURISME ET DEVELOPPEMENT DURABLE <i>Laurent ARCUSET</i>	2,00	18h00	12,00
E-TOURISME ET WEBMARKETING <i>Cesar GELVEZ</i>	0,00	6h00	x
DROIT ET GESTION D'ENTREPRISE TOURISTIQUE <i>Michel CAPEAU</i>	2,00	12h00	x
Unités d'Enseignement Spécialité Commerce International			
TECHNIQUES DU COMMERCE INTERNATIONAL <i>Marlyse FUX</i>	0,00	18h00	x
LOGISTIQUE <i>François FULCONIS</i>	0,00	18h00	x

**M1 MANAGEMENT COMMERCE INTERNATIONAL
TOURISME, GESTION DE PROJET ET E-MARKETING - Semestre 2**

Libellé	Crédits	Volume horaire	Note
Unités Professionnelles			
STAGE EN ENTREPRISE <i>Jean-Michel RAOUX, gérant de Voyages-RAOUX (84)</i>	30,00	6 mois	14,40

Stage

Un stage obligatoire d'une durée minimale de 4 mois est obligatoire (semestre 2 de M1 et de M2). Au cours de ce stage et de l'étudiant se verra confier une problématique sur l'entreprise, en rapport avec la spécialité choisie. Un mémoire de stage ainsi qu'une soutenance viendront clôturer le stage.

Programme des enseignements 2nde année :
M2 MANAGEMENT COMMERCE INTERNATIONAL
TOURISME, GESTION DE PROJET ET E-MARKETING - Semestre 3

Libellé	Crédits	Volume horaire	Note
Unités d'Enseignement Linguistiques			
GRANDE BRETAGNE – CULTURE ET CIVILISATION <i>Marie-Hélène ADVIELLE</i>	3,00	20h00	12,60
JEUX DE ROLES ANGLAIS <i>Marie-Hélène ADVIELLE</i>		16h00	
PAYS EMERGENTS HISPANOHONES <i>Paola Garcia, Magali DUMOUSSEAU-LESQUIER & M. PRAT</i>	3,00	36h00	9,20
Unités d'Enseignement Fondamentales			
ORGANISATION DE L'ECONOMIE MONDIALE <i>Pierre-Henri MORAND</i>	3,00	24h00	12,00
MARKETING INTERNATIONAL <i>Sandrine FDIDA</i>	3,00	24h00	11,90
CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE <i>Dominique TASSERY</i>	0,00	18h00	x
INSERTION PROFESSIONNELLE <i>Marie-Hélène ADVIELLE</i>	0,00	18h00	x
GÉOPOLITIQUE ET MANAGEMENT INTERCULTUREL <i>Sandrine FDIDA</i>	3,00	15h00	14,50
VIEILLE ECONOMIQUE <i>Marie-Hélène ADVIELLE</i>	3,00	9h00	17,00
Unités d'Enseignement Spécialité Tourisme			
GESTION DE PROJETS TOURISTIQUES <i>Laurent ARCUSET & M. SCHMITT & Jean-Pierre GAUTRY</i>	6,00	12h00	17,00
ACTEURS DU TOURISME ET TERRITOIRES <i>Philippe BACHIMON & Pierre DERIOZ</i>	3,00	24h00	12,50
CULTURE ET PATRIMOINE <i>Bernard THAON</i>		24h00	
INFO- GEOGRAPHIE <i>G. BARNEAUD</i>	0,00	6h00	x
E-MARKETING TOURISTIQUE <i>C. GELVEZ</i>	3,00	30h00	15,74
Unités d'Enseignement Spécialité Commerce International			
LOGISTIQUE <i>Francois FULCONIS</i>	0,00	6h00	x
TECHNIQUE DU COMMERCE INTERNATIONAL <i>Marlyse FUX</i>	0,00	6h00	x

**M2 MANAGEMENT COMMERCE INTERNATIONAL
TOURISME, GESTION DE PROJET ET E-MARKETING – Semestre 4**

Libellé	Crédits	Volume horaire	Note
Unités Professionnelles			
STAGE EN ENTREPRISE <i>Emmanuelle DRUILLET, Responsable à l'UDOTSI de Vaucluse</i>	30,00	5 mois	

Stage

Un stage obligatoire d'une durée minimale de 4 mois est obligatoire (semestre 2 de M1 et de M2). Au cours de ce stage et de l'étudiant se verra confier une problématique sur l'entreprise, en rapport avec la spécialité choisie. Un mémoire de stage ainsi qu'une soutenance viendront clôturer le stage.

DEBOUCHES

Niveau de sortie :

M1 : bac + 4

M2 : bac + 5

Poursuite d'études :

Doctorat d'économie, gestion, géographie, civilisation

Secteur(s) d'activité

- Tourisme
- Gestion de l'entreprise
- finances
- fonction ressources humaines

La spécialité forme des cadres ayant acquis une bonne ouverture d'esprit pour s'adapter à toute situation ou culture nouvelle et aptes à développer et promouvoir le tourisme aussi bien en entreprise (et éventuellement la leur), que dans les secteurs institutionnel ou associatif en France ou à l'étranger.

Profils de postes accessibles à l'issue de cette formation : Direction d'OTSI. Direction marketing, direction commerciale, direction opérationnelle, responsable développement ou responsable de zone dans une agence de voyage/tour opérateur. Chef de projet ou chargé de mission pour une collectivité territoriale. Acteur du tourisme équitable, durable et/ou associatif. Responsable produit d'une entreprise en services de loisirs sportifs et culturels...