

## Retrait des dossiers

Dossier disponible à partir de :  
 - Courant mars 2013 (formation en apprentissage)  
 - Fin mars 2013 (formation initiale et continue)  
 téléchargeable sur le site [www.univ-mlv.fr](http://www.univ-mlv.fr)  
 Les dates seront précisées sur le site internet.

## Pour un complément d'informations...

### Contactez le Service d'Information et d'Orientation :

du lundi au vendredi entre 9h00 et 17h00 sans interruption  
 Bureau OB089 - rez-de-chaussée  
 Bâtiment Copernic - Hémicycle central  
 5, boulevard Descartes  
 77454 MARNE LA VALLEE

Toutes vos questions sur : [sio@univ-mlv.fr](mailto:sio@univ-mlv.fr)  
 Demandes de rendez-vous : 01 60 95 74 74

## Contacts de la formation

### Responsable de mention :

● FABRY Nathalie

### Responsable de formation :

- ZEGHNI Sylvain : (Responsable pour le Master 1)
- FABRY Nathalie : (Responsable pour le Master 2)
- REMOLEUX Pierre-Eric : (pour le M2, Directeur Général de Indigo France)

### Secrétariat :

● JASMIN Sophie  
 Bâtiment : Erasme  
 Bureau : 111  
 Téléphone : 01 60 95 78 14  
 Fax : 01 60 95 78 32  
 Courriel : [contactifis@univ-mlv.fr](mailto:contactifis@univ-mlv.fr)

Domaine droit, économie, gestion

- Formation initiale
- Formation continue
- VAE
- Par apprentissage
- A distance

« Trente mois après leur master, 88% des étudiants du domaine « Droit, économie, gestion » sont en emploi »

Source : [www.univ-mlv.fr/ofipe](http://www.univ-mlv.fr/ofipe)

### Lieux de formation

Université Paris-Est Marne-la-Vallée - IFIS - Bâtiment Erasme (Val d'Europe, Serris)

capacités d'accueil en M2 :  
25 étudiants  
 capacités d'accueil en M1 :  
40 étudiants

## Le Master à l'université

Le master conduit à un diplôme de niveau Bac+5, au même titre que les diplômes d'ingénieurs et d'écoles de commerce. C'est une formation accessible aux titulaires d'une licence générale. Certaines spécialités de master sont à orientation "recherche", d'autres à orientation "professionnelle". De plus en plus, les spécialités de master sont mixtes, afin de permettre aux étudiants de faire leur choix au cours du master. Quelle que soit l'orientation choisie, les débouchés du master sont très variés.

# Master tourisme et hôtellerie haut de gamme (t2hg)

Mention **MANAGEMENT DU TOURISME**

Master à orientation professionnelle et recherche



## OBJECTIFS ET INSERTION PROFESSIONNELLE

Les diplômés sont en mesure d'exercer des fonctions d'encadrement auprès des acteurs amont et aval de la chaîne de production en charge du T2HG. Cela peut concerner :

- Les institutionnels : Atout-France, Fédération nationale des comités départementaux du tourisme, Représentations touristiques étrangères en France... ;
- Les organisations professionnelles : syndicats patronaux du secteur, chaînes volontaires hôtelières... ;
- Les acteurs territoriaux chargés de la promotion du T2HG (Chambre de Commerce et d'Industrie, Office du Tourisme, Agence Régionale de Développement, Comité Régional du Tourisme) ;
- Les prestataires directs du T2HG : agences de voyages et TO spécialisés, agences de e-tourisme, restauration gastronomique,



hébergeurs (hôtels 4\* et luxe, les hébergements de charme, les resorts et complexes touristiques)... ;

Les prestataires et services annexes : Spa, thermalisme, thalassothérapie, festivals, musées, sites touristiques à contenu culturel, vignobles, golfs, centrales d'achat, systèmes de réservations, transporteurs (avion, chemin de fer, loueurs de voitures et limousines, loueurs de yacht, les croisiéristes,...) ;

- Les prestataires indirects : presse et médias spécialisés, boutiques de Luxe (joaillerie, maroquinerie et accessoires, parfum et cosmétique, Haute couture, l'art de la table, l'horlogerie), les galeries d'art....

Les enquêtes effectuées par l'université montrent que la majorité des anciens étudiants de master du domaine Entreprises Services s'insèrent dans la vie active. Dix-huit mois après leur diplôme 2007, 87% sont en emploi.

### COMPÉTENCES VISÉES

Les compétences visées par l'ensemble de la spécialité T2HG sont :

\* Comprendre l'environnement social, économique, juridique et géopolitique du secteur du tourisme et être sensibilisé à la forte insertion du T2HG dans l'économie mondiale de marché ;

\* Comprendre l'environnement particulier du secteur T2HG : connaître les acteurs du T2HG ainsi que les métiers et fonctions en support ( prestations et infrastructures) ; être capable de flexibilité et de mobilité géographique, d'ouverture à l'international ; comprendre et résoudre l'ensemble des problèmes majeurs posés par la définition, la faisabilité, l'analyse, la conception, le suivi de la réalisation d'un projet en T2HG ;

\* Utiliser et maîtriser les méthodes et outils de management de projet de l'expression des besoins à l'évaluation en passant par le cahier des charges fonctionnel ; accepter l'idée que le T2HG implique des investissements lourds qui obligent à la sécurité des faisabilités et à la rigueur des gestions ; assurer la qualité du service et du produit T2HG ; répondre par la créativité à la variété des goûts des touristes du segment HG ; percevoir que les entreprises du T2HG sont des prestataires de services à forte densité d'emploi ;

\* Savoir communiquer (en français, anglais et dans une 3<sup>e</sup> langue) : utiliser les TIC comme outil de management et de communication ; savoir se positionner dans un groupe, écouter, conseiller, exprimer clairement les besoins du client et les traduire en exigences précises et exploitables dans un contexte international ; savoir organiser la délégation, mobiliser une équipe multiculturelle, animer un groupe, travailler en équipe ;

\* Etre responsable, être capable d'anticipation, d'autonomie, et intégrer les valeurs éthiques ; être capable de structurer, de rédiger et d'argumenter une étude ; être capable de diriger des hommes et des équipes.

### ORGANISATION DE LA FORMATION ET PARCOURS POSSIBLES

Ce master est intégré sur deux ans. La première année est une année généraliste qui propose des enseignements fondamentaux et une présentation des acteurs et du secteur du tourisme. La seconde année est une année de spécialisation. Les étudiants à l'entrée du master 1 choisissent une spécialité de M2 mais ne feront leur choix définitif de spécialisation qu'à l'issue du M1.

Les enseignements du Master portent sur :

- un enseignement universitaire et de recherche apportant aux étudiants une connaissance solide notamment en économie, gestion, droit, géographie, techniques quantitatives, informatique, langues, communication, initiation à la recherche. Les étudiants doivent rédiger un mémoire de fin d'études en Master 2 ;

- un enseignement spécialisé dispensé par des professionnels permettant aux étudiants d'acquérir une bonne connaissance du T2HG et des pratiques professionnelles réelles et de réaliser des études de cas et de nombreuses visites professionnelles ;

- une professionnalisation qui repose essentiellement sur un stage donnant lieu à la rédaction obligatoire d'un rapport en Master 1 et en Master 2. Le stage est de 4 mois en M1 (avril - juillet) et de 6 mois en M2 (Mars-Août) de préférence à l'étranger.

### MODALITÉS D'ADMISSION

L'entrée en Master 1 est réservée aux étudiants ayant validé une L3 ou équivalent dans les domaines de l'économie-gestion, LEA, SHS, géographie,... Elle se fait sur dossier, entretien de motivation et test d'anglais. Il est souhaitable que l'étudiant ait eu une expérience à l'étranger (stage Erasmus) ou qu'il l'acquière en M1. L'entrée en seconde année de Master (M2) est réservée prioritairement aux étudiants du Master ayant validés la totalité des 60 ECTS de la première année, et aux étudiants en provenance d'universités françaises et étrangères ayant validé un M1 ou équivalent dans les domaines du management, de l'économie, des langues, de la géographie. Tous les futurs étudiants doivent porter un intérêt à l'international, au management et aux divers métiers du tourisme et avoir une très bonne maîtrise de l'anglais.

Pour les personnes en formation continue, l'entrée en M2 se fait sur la base d'un dossier et d'un entretien de motivation. Les candidats peuvent éventuellement valider une partie des unités d'enseignement en fonction de leur expérience. Ils doivent déposer un dossier de candidature spécifique (deux contacts : le responsable de la formation visée et le 01 60 95 70 21).

### MODALITÉS DE CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

Le master est délivré aux étudiants ayant validé toutes les unités d'enseignement de la spécialité, c'est-à-dire ayant obtenu une moyenne supérieure ou égale à 10/20 à l'intérieur de chaque UE. Il n'y a pas de compensation entre les UE. Au sein de chaque UE, il y a compensation entre les matières, proportionnellement au coefficient de chacune d'elles.

L'assiduité aux cours est obligatoire, Pour l'UE de spécialisation Luxury Tourism, une note éliminatoire de 8/20 est introduite ainsi que pour le mémoire de fin d'études.

### ENVIRONNEMENT DE RECHERCHE

Equipe Interdisciplinaire de REcherche Sur le Tourisme (EIREST) de l'Université Paris-Panthéon-Sorbonne : organisation conjointe de séminaires, de colloques et de conférences professionnelles accessibles aux étudiants du Master sur inscription ;

Equipe interne de l'Université Paris-Est Marne-la-Vallée : animation du séminaire "attractivité des destinations touristiques" du Master et du cycle de conférences.

### ENSEIGNEMENTS DISPENSÉS

Année 1, Semestre 1.	ECTS	CM	TD	TP
UE obligatoires	26	200h	50h	
UE communication et information I	4	20h	20h	
Communicating in English	2	10	10	
Stratégie de communication	2	10	10	
UE Management et outils I	8	40h	40h	
Analyse de données	2	10	10	
Gestion financière	2	10	10	
Management de la qualité	2	10	10	
Conduite de projet	2	10	10	
UE Ingénierie du tourisme I	12	120h		
Géographie et aménagement touristique	2	20		
Droit du tourisme	2	20		
Fondamentaux, organisation et acteurs du tourisme	2	20		
Ethique des affaires et tourisme	2	20		
Management hôtelier	2	20		
Marketing et vente touristique	2	20		
UE vie professionnelle I	2	20h	10h	
Préparation à la vie professionnelle	1	10	10	
Initiation aux spécialités TACE, T2HG	1	10		
UE optionnelles	2	40h	40h	
UE langue et civilisation I (au choix)	2		20h	
Allemand OU Espagnol non débutant	2		20	
Russe OU Chinois	2		20	
UE de mise à niveau (au choix)	2	30h	10h	
Comptabilité	2	10	10	
Economie internationale du tourisme	2	20		

Volume horaire global pour un étudiant : 290 heures (310 heures si UE de mise à niveau complète)

Modalités de choix des UE optionnelles :

Les étudiants doivent choisir une deuxième langue qu'ils garderont aux semestres 2 et 3.

Les étudiants se verront signifier, par le jury d'admission, la nécessité de suivre un ou plusieurs enseignements de l'UE "mise à niveau" en fonction de leur cursus antérieur. Les étudiants étrangers qui intègrent notre master devront obligatoirement suivre ces modules péliminaires.

Année 1, Semestre 2.	ECTS	CM	TD	TP
UE obligatoires	28	130h	70h	
UE communication & info. II	5	10h	30h	
Communicating in English	2	10	10	
Internet	3		20	
UE Management et outils II	6	20h	30h	
Contrôle de gestion	2	10	10	
Audit d'organisation	2	10	10	
Techniques de communication	2	10	10	
UE Ingénierie du tourisme II	12	90h		
Stratégies des acteurs touristiques	3	25		
Montage de projets touristiques et hôteliers	3	25		
Gestion des ventes (en anglais)	3	20		
Conception des produits touristiques	1	10		
Séminaire (en anglais)	2	20		
UE vie professionnelle II	5	10h	10h	
Préparation à la vie professionnelle	2	10	10	
Stage + rapport	3			
UE langue et civilisation II	2		20h	
Allemand OU Espagnol non débutant	2		20	
Russe OU Chinois	2		20	

Volume horaire global pour un étudiant : 220 heures + réalisation d'un stage de 4 mois et rédaction d'un rapport de stage.

Modalités de choix des UE optionnelles : poursuite de la langue 2 choisie au semestre 1

Année 2, Semestre 3.	ECTS	CM	TD	TP
UE obligatoires	28	180h	100h	
UE Management et outils III	4	40h		



Année 2, Semestre 3.	ECTS	CM	TD	TP
Gestion des ressources humaines	2	15		
Droit du travail et contrat	2	15		
<b>UE Recherche</b>	<b>4</b>	<b>20h</b>		
Méthodologie du travail universitaire	2	10		
Séminaire (en anglais)	2	10		
<b>UE Luxury industry</b>	<b>20</b>	<b>100h</b>	<b>100h</b>	
Histoire et tendances du marché haut de gamme	2	14	14	
Attente et objectifs des clients	2	7	7	
Géographie du T2HG	2	10	10	
Patrimoine culturel et tourisme haut de gamme	2	12	12	
Le management de la fonction transport	2	10	10	
Montages de produits HG, commercialisation, réseaux de distribution	2	10	10	
Prestations et structures hôtelières, croisières et transports	2	10	10	
Collectivités territoriales et tourisme haut de gamme	2	10	10	
Management de la qualité en tourisme haut de gamme	2	12	12	
Négociations commerciales (en anglais)	2	5	5	
<b>UE langue et civilisation III</b>	<b>2</b>		<b>20h</b>	
Allemand OU Espagnol non débutant	2		20	
Russe OU Chinois	2		20	

Volume horaire global pour un étudiant : 270 heures

Modalités de choix des UE optionnelles : idem semestre 1 sauf pour UE de mise à niveau

Année 2, Semestre 4.	ECTS	CM	TD	TP
<b>UE obligatoires</b>	<b>30</b>	<b>60h</b>	<b>40h</b>	
<b>UE communication et information IV</b>	<b>7</b>	<b>20h</b>	<b>30h</b>	
Communication de crise	2	10	5	
Veille et intelligence économique	2	10	5	
Bases de données	3		20	
<b>UE Management et outils IV</b>	<b>4</b>	<b>10h</b>	<b>10h</b>	
Management interculturel (en anglais)	4	10	10	
<b>UE Recherche et méthodologie</b>	<b>4</b>	<b>30h</b>		

Année 2, Semestre 4.	ECTS	CM	TD	TP
Méthodologie du travail universitaire	2	10		
Séminaire (en anglais)	2	20		
<b>UE vie professionnelle</b>	<b>15</b>			
Stage et rapport de stage	7			
Mémoire de fin d'études	8			

Volume horaire global pour un étudiant : 100 heures + rédaction d'un mémoire de fin d'études et réalisation d'un stage de 6 mois (avec rapport de stage)

