



Institut Universitaire
de Technologie
Aix-Marseille Université

<https://iut.univ-amu.fr>

Licence professionnelle

Métiers du Tourisme : communication et valorisation des territoires

Parcours

TOURISME DURABLE

Accessible en
ALTERNANCE



Responsable : Barbara Szafrajzen
barbara.szafrajzen@univ-amu.fr
Secrétariat pédagogique
04.13.55.15.32

Département **GACO**

IUT d'Aix-Marseille, site de Digne-les-Bains
19 boulevard Saint-Jean Chrysostome - 04000 Digne-les-Bains

Année universitaire 2018/2019

Enseignants titulaires universitaires

Mme Sandrine ALINAT	Maître de conférences en Géographie
Mme Angela BARTHES	Professeur des universités en Sciences de l'éducation
Mme Dominique ROUANET	Professeure agrégée en Economie et Gestion option Comptabilité
Mme Barbara SZAFRAJZEN	Maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication, Responsable de la formation, Responsable des projets tuteurés

Enseignants intervenants extérieurs professionnels

Mme Viviane AILLOUD	Consultante/experte en développement local rural et programmes européens
M. Sébastien ARNOUX	Directeur du Tourisme OT de Digne les Bains et du pays Dignois
M. Julien AURAY	Chargé de mission tourisme durable
Mme Edith BRUNA-ROSSO	Consultante en tourisme et marketing du tourisme
Mme Béatrice CHAUVIN	Chargée d'étude et de développement en finance éthique
Mme Valérie DOMPNIER	Professeure certifiée en Anglais
M. Nicolas GEOFFREY	Consultant management et innovation touristiques
M. Philippe MANENT	Responsable service appui à la création et au développement des entreprises, CCI de Haute-Provence
M. Patrick ROMIEU	Anthropologue chercheur associé
M. Romain TARDIEU	Expert-comptable

* La liste des intervenants extérieurs n'est pas figée.

Les volumes horaires des cours des intervenants extérieurs sont évolutifs.

Plus de la moitié des enseignements est effectuée par des intervenants extérieurs professionnels.

Des sorties sur le terrain sont organisées tout au long de l'année universitaire.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

La licence professionnelle Métiers du tourisme : communication et valorisation des territoires, parcours « tourisme durable » a pour objet de former des professionnels maîtrisant les enjeux du développement durable et du tourisme durable responsable et solidaire au service d'une collectivité territoriale ou d'une organisation touristique. Cette formation, ancrée dans un territoire rural, s'appuie sur des secteurs d'activité où le développement rural et le tourisme durable sont des réalités économiques et sociales. Elle répond à des besoins de formations en matière d'ingénierie territoriale générés dans les secteurs publics et privés par la recomposition des territoires, la transition des centres de décision (décentralisation, intercommunalités, territorialisation des politiques publiques...) et l'évolution de l'activité économique dans les zones rurales et de montagne. Elle s'articule autour de trois axes : création et gestion de structures touristiques engagées dans un développement touristique durable, valorisation du tourisme dans les stratégies territoriales de développement durable et organisation d'activités touristiques soucieuses de concilier les enjeux économiques, sociaux et environnementaux.

Les diplômés apportent une aide à la décision et un appui technique aux acteurs du tourisme local durable et de l'économie sociale et solidaire.

SECTEURS PROFESSIONNELS RECHERCHES

Les étudiants suivant cette formation sont amenés à devenir des professionnels du développement territorial qui apporteront aux collectivités territoriales, aux responsables associatifs, aux producteurs et à leurs groupements professionnels, aux organismes publics et parapublics impliqués dans le tourisme local durable et l'économie sociale et solidaire, une aide à la décision et un appui technique.

Les compétences acquises permettent aux diplômés d'exercer dans les domaines suivants :

- tourisme (privé ou public) : métiers de la production, de la gestion, du marketing, de la communication touristiques,
- filières développement durable (agritourisme, tourisme culturel et patrimonial, tourisme nature) : animateur en démarche qualité, chargé d'études, animateur de réseau, exploitant de structure touristique, conseil en tourisme et développement durable,
- développement territorial (collectivités territoriales, organismes publics et parapublics),
- développement local : parcs naturels, GAL, agences de développement, organismes professionnels (chambres consulaires, syndicats de producteurs),
- chargé de mission, agent de développement,
- accès aux concours de catégorie A de la fonction publique,
- création d'entreprises.

PROFILS DES CANDIDATS

Cette LP est accessible aux candidatures d'étudiants de niveau III (L2, DUT, BTS) ou niveau II en réorientation. La formation est accessible en statut de formation continue pour des personnes engagées dans la vie professionnelle souhaitant effectuer une réorientation de leur carrière ou dans le cadre d'un parcours de VAE. La sélection se fait sur dossier.

INTITULE DES UNITES D'ENSEIGNEMENT (UE)

Semestre 5 -

UE1 – ETABLIR UN DIAGNOSTIC TERRITORIAL DANS UN CONTEXTE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

UE2 – CONSTRUIRE UN DOSSIER DE SOUTIEN DE PROJET DE DEVELOPPEMENT LOCAL

UE3 – AGIR EN ACTEUR DU DEVELOPPEMENT DURABLE ET DU TOURISME RESPONSABLE DANS UNE ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

UE4 – VALORISER LE PATRIMOINE DU TERRITOIRE NATIONAL ET/OU INTERNATIONAL PAR UNE COMMUNICATION ADAPTEE A DIFFERENTS PUBLICS

UE5 – CREER UN SERVICE OU UN PRODUIT TOURISTIQUE DURABLE 1

Semestre 6 -

UE6 – CREER UN SERVICE OU UN PRODUIT TOURISTIQUE DURABLE 2

UE7 – MENER UN PROJET PROFESSIONNEL

UE8 – MANIFESTER LES COMPETENCES D'ACTEUR DU DEVELOPPEMENT DURABLE ET DU TOURISME RESPONSABLE DANS UNE ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

SEMESTRE 5

UE1 – ETABLIR UN DIAGNOSTIC TERRITORIAL DANS UN CONTEXTE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

MANA-PROJ B. CHAUVIN	« Management de projet de développement local » Comprendre les mécanismes de management de projets dans un contexte de développement local. Connaître l'usage de l'approche processuelle pour prendre en compte l'articulation des différentes dimensions (humaine, matérielle, idéale) et des multiples tensions (court terme - long terme, individu - collectif, économique - social) propre à un projet de développement local. Être en capacité d'utiliser des outils d'aide à la conceptualisation et à la réalisation d'un projet de développement local. <i>Références bibliographiques :</i> Garel Gilles, <i>Le management de projet</i> , La Découverte, Repères, 2003. COORACE, <i>Manuel de référence : Pour une démarche de développement de territoires solidaires</i> , Fédération COORACE, 2010. Killi Anne, <i>Manager un projet territorial</i> , Aradel, Les Cahiers du développement économique, 2007. Néré Jean-Jacques, <i>Le management de projet</i> , PUF, Que sais-je ?, 2012.
ENQU A. BARTHES	« Méthodologie d'enquêtes pour le développement territorial » Initier les étudiants aux spécificités des enquêtes menées dans les problématiques de développement territorial, y compris les enquêtes de représentations sociales autour des territoires. S'initier au logiciel Modalisa et, outre les traitements classiques, apprendre les typologies, recodages sur typologie, sur des données géographiques référencées, etc.
ME B. SZAFRAJZEN	« Méthodologie d'études » Construire une méthodologie permettant de consolider un projet professionnel personnalisé. Développer et approfondir les démarches de recherches de réseaux professionnels. Apprendre à rédiger des documents

<p>COMM-PRO B. SZAFRAJZEN</p>	<p>universitaires répondant aux normes et attendus. Grawitz M. <i>Méthodes des sciences sociales</i>. 10e éd. rev. et augm. Paris : Dalloz. 1996. Quivy R., Van Campenhoudt L. <i>Manuel de recherche en sciences sociales</i>. Paris : Dunod. 2011. Thiétart R.A. (dir.) <i>Méthodes de recherche en management</i>. Paris : Dunod. 2007.</p> <p>« Communication professionnelle » Rappels sur les modalités inhérentes à la communication en milieu universitaire et professionnel à travers des cours/ateliers autour de la rédaction du CV et de la lettre de motivation, la préparation aux entretiens de recrutement (présentation en termes de compétences -techniques, relationnelles, sociales, organisationnelles-), les techniques de communication écrite et orale ou encore la gestion du stress. <i>Références bibliographiques</i> : Gelin S., Truong K.-L. <i>Parler en public avec succès</i>. Editions d'Organisation. 2010. Hall E. T. <i>La dimension cachée</i>. Points. 1978. Roche, J.-M. <i>Oral Ô désespoir ! Enquête sur le charisme des Français et l'enseignement des techniques de communication</i>. Paris : l'Harmattan. 2014.</p>
--	--

UE2 – CONSTRUIRE UN DOSSIER DE SOUTIEN DE PROJET DE DEVELOPPEMENT LOCAL

<p>DAT Viviane AILLOUD</p>	<p>« Développement et aménagement du territoire » Approfondir les apprentissages du fonctionnement des Institutions françaises et européennes et des procédures communautaires en faveur du développement local. Identifier les organisations territoriales en France et les institutions européennes avec une présentation des différents programmes européens de développement local <i>Sitographie</i> : www.touteurope.fr ; www.europe-en-paca.eu ; www.paca.pref.gouv.fr ; www.europe-en-france.gouv.fr ; europa.eu ; www.lagazettedescommunes.com ; www.vie-publique.fr</p>
<p>COOPE Viviane AILLOUD</p>	<p>« Coopération internationale » Etre capable de se positionner professionnellement dans un projet de coopération interterritoriale ou transnationale : enjeux de la coopération, typologie des actions de coopération, identification des différents types d'acteurs et étude de cas (analyse des termes de référence d'un appel d'offre et élaboration d'une trame de réponse). <i>Sitographie</i> : Union européenne (europa.eu ; touteurope.fr), collectifs d'ONG, Ministère des affaires étrangères.</p>

UE3 – AGIR EN ACTEUR DU DEVELOPPEMENT DURABLE ET DU TOURISME RESPONSABLE DANS UNE ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

<p>EDD D. ROUANET</p>	<p>« Economie du développement durable » Introduire la notion de développement durable (historique, définition et mesure). Introduire les grands enjeux, les acteurs et les outils du développement durable. <i>Références bibliographiques</i> : magazine mensuel d'information</p>
----------------------------------	---

<p>ESS D. ROUANET</p>	<p>économique et sociale : <i>Alternatives économiques</i>. Disponible en ligne.</p> <p>« Economie sociale et solidaire » Connaître le champ et les acteurs de l'ESS, leurs formes juridiques, leurs particularités de fonctionnement à travers un cours magistral et des exposés sur des exemples d'établissements ayant ces statuts et exerçant dans le domaine de l'option suivie (tourisme durable ou territoire ruraux). <i>Références bibliographiques</i> : Lipietz A. <i>L'économie sociale et solidaire : pourquoi et comment ?</i> Editions La découverte. 2001. <i>Sitographie</i> : www.recma.org www.scoop-paca.com</p>
<p>GCF R. TARDIEU</p>	<p>« Gestion comptable et financière » Maîtriser les bases de la comptabilité générale (partie double, actif/passif). Comprendre et analyser les documents comptables (bilan, compte de résultat, soldes intermédiaires de gestion). Maîtriser les bases de la comptabilité de gestion (calcul de coûts, rentabilité). Savoir construire un budget, le suivre et analyser les écarts avec le réel. <i>Références bibliographiques</i> : Plan comptable général. Selmer C. <i>Construire et défendre son budget</i>. Dunod. 2014.</p>
<p>GRH B. CHAUVIN</p>	<p>« Gestion des ressources humaines » Initier à l'histoire, aux enjeux, aux objectifs et aux composantes de la fonction RH dans les organisations. Appréhender les interactions entre la fonction RH et les principales fonctions de l'entreprise. Evoquer quelques grandes problématiques de management des entreprises et des organisations. <i>Références bibliographiques</i> : Thévenet, Dejoux, Marbot, Bender, Normand. <i>Fonctions RH</i>. Pearson. 2012 (3^{ème} édition). PERETTI J.-M. <i>Ressources Humaines</i>. Vuibert. 14^{ème} édition. 2013. Maurice T. <i>Les 100 mots du management</i>. PUF. 2014.</p>
<p>CREA P. MANENT</p>	<p>« Création d'entreprises en milieu rural » Apprendre les démarches inhérentes à la création d'entreprise : étapes de la création d'entreprise (de l'idée au projet, l'étude du projet, la création, le démarrage), méthodologie, statuts, approche économique, études de cas. <i>Sitographie</i> : http://www.apce.com/ www.lautoentrepreneur.fr www.guichet-entreprises.fr www.impots.gouv.fr/ www.rsi.fr/accueil.html www.msa.fr www.service-public.fr/ www.cg04.fr/ www.rla04.org</p>

UE4 – VALORISER LE PATRIMOINE DU TERRITOIRE NATIONAL ET/OU INTERNATIONAL PAR UNE COMMUNICATION ADAPTEE A DIFFERENTS PUBLICS

<p>ANG V. DOMPNIER</p>	<p>« Anglais » Utiliser du vocabulaire spécifique à la spécialité. Employer des temps à bon escient. Perfectionner ses prises de parole. Consolider sa compréhension orale. <i>Références bibliographiques</i> : Elliot. J. A. <i>An Introduction to Sustainable Development</i>. 3rd Edition. Routledge Taylor & Francis Group. 2006.</p>
-----------------------------------	--

SIG S. ALINAT	<p>« Initiation aux systèmes d'information géographiques »</p> <p>Se sensibiliser aux principales connaissances des SIG, de la cartographie (sémiologie cartographique) et de modélisation graphique en relation avec l'aménagement du territoire. QGIS, PhilCarto et Indesign servent d'outils d'application.</p> <p><i>Références bibliographiques</i> : Béguin M., Pumain D. <i>La représentation des données géographiques. Statistique et cartographie</i>. Paris : Armand Colin. Coll. Cursus. 1994.</p> <p>Revue Internationale de Géomatique ; Revue Géomatique Expert.</p>
-------------------------	--

UE5 – CREER UN SERVICE OU UN PRODUIT TOURISTIQUE DURABLE 1

ODT E. BRUNA-ROSSO	<p>« Organisation et droit du tourisme »</p> <p>Maitriser les basiques du tourisme : historique, rapide panorama de l'industrie touristique et ses grands principes et acteurs, les différents types de tourisme et de produits touristiques.</p> <p><i>Références bibliographiques</i> : Cooper C, Michael Hall C. <i>Le tourisme aujourd'hui</i>. De Boeck. 2011.</p> <p>Michaud J.-L., Barrey G. <i>Acteurs et organisations du tourisme</i>. De Boeck. 2012.</p>
PTDU P. ROMIEU	<p>« Principes et filières du tourisme durable »</p> <p>Montrer comment une offre touristique attentive à des réalités culturelles, territoriales et paysagères soucieuse de l'avenir -et dans le même temps attentive aux contextes présents et passés-, peut trouver sa place dans un monde en pleine mutation.</p> <p>Se demander comment le tourisme durable se différencie-t-il d'un tourisme de masse dont les limites et les impasses sont aujourd'hui évidentes ? Que doit-on comprendre et considérer prioritairement afin de concrétiser un projet touristique ouvert à tous et inscrit dans des contextes de développement aux horizons élargis ?</p> <p>L'enseignement abordera les manières dont les processus en cours dans le monde affectent aujourd'hui les logiques territoriales et les réponses concrètes que peuvent fournir des projets touristiques harmonieusement inscrits dans des logiques de paysage, de territoire et d'ambiances locales.</p>

SEMESTRE 6

UE6 – CREER UN SERVICE OU UN PRODUIT TOURISTIQUE DURABLE 2

ANG V. DOMPNIER	<p>« Anglais »</p> <p>Suite semestre 5</p>
COMM-PRO B. SZAFRAJZEN	<p>« Communication professionnelle »</p> <p>Comprendre les attentes du public pour construire une relation forte avec lui et identifier les facteurs clés déterminant la réussite d'une présentation. Maîtriser l'approche personnelle (gestuelle, posture, distances, voix, regard, respiration, etc.). Maîtriser la prise de parole en public Appréhender le charisme. Renforcer l'impact de ses messages avec des supports visuels.</p>

<p>ODT E. BRUNA-ROSSO</p>	<p>Hasnaoui-Houhou N. <i>Préparer une réunion efficace avec un Powerpoint percutant</i>. Paris : Vuibert. 2010. Gracco G., Brouard S., Daverio F. <i>Et si j'assurais en public !</i> Eyrolles. 2012.</p> <p>« Marketing touristique » Appréhender les fondements de la mercatique touristique (processus de choix du touriste, marketing relationnel, segmentation dans l'industrie du tourisme, politique de tarification, distribution des prestations touristiques, formation de l'image et stratégies de communication). <i>Sitographie</i> : www.infos.gouv.fr www.tourmag.com</p>
<p>STRAT-TOUR S. ARNOUX</p>	<p>« Stratégie touristique » Elaborer un diagnostic et une stratégie de positionnement marketing pour l'espace touristique (organisation touristique d'un territoire -rôle, missions et financement d'un office de tourisme intercommunautaire-, repères méthodologiques pour l'élaboration d'une stratégie de positionnement sur une destination touristique, positionnement marketing territorial). <i>Références bibliographiques</i> : dossiers thématiques Atout France (stratégie de développement de filière touristique). Stratégie de Positionnement Marketing de l'Office de Tourisme.</p>
<p>STRAT-TOUR J. AURAY</p>	<p>« Ecotourisme » Comprendre les concepts et enjeux de l'écotourisme. Connaître les acteurs de l'écotourisme. <i>Sitographie</i> : www.tourisme-durable.org www.voyageons-autrement.com www.ecovoyageurs.com www.ecotourism.org</p>
<p>STRAT-TOUR J. AURAY</p>	<p>« Etude marketing » Savoir où trouver les éléments indispensables à l'élaboration d'un état des lieux et d'un diagnostic pour bâtir une stratégie touristique. Sensibiliser à l'utilisation d'outils d'enquête en ligne. <i>Références bibliographiques</i> : Frochot I., Legohérel P. <i>Le marketing du tourisme</i>. Dunod. 2007. « Carnet méthodologique de l'observation locale du tourisme » – CRT Rhône Alpes.</p>
<p>STRAT-TOUR J. AURAY</p>	<p>« Enjeux, étapes et outils de la stratégie marketing durable » Maîtriser les outils de base pour réussir sa stratégie marketing touristique durable : état des lieux, diagnostic, définition des orientations stratégiques et du plan d'actions. Sensibiliser les étudiants à la communication responsable : enjeux, outils et pratiques. <i>Références bibliographiques</i> : <i>Manuel de gestion environnementale et sociale à destination de professionnels du tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur</i>. MAGESTOUR. CCIR PACA.</p>
<p>TNT</p>	<p>« Tourisme et nouvelles technologies » Maîtriser les opportunités et les menaces des NTIC appliquées au tourisme (stratégies web 2.0 et 3.0, airbnb, applications mobiles, html5 et</p>

	<p>epublicité, web sémantique, réalité augmentée, etc.).</p> <p><i>Références bibliographiques</i> : Gany D. <i>Nouveaux médias : mode d'emploi</i>. Edi Pro. 2009.</p> <p>Vudoz L. (sous la dir. de). <i>NTIC et territoires : Enjeux territoriaux des nouvelles technologies de l'information et de la communication</i>. Presses Polytechniques et Universitaires Romandes. 2001.</p>
--	--

UE7 – MENER UN PROJET PROFESSIONNEL

<p>Projet Tuteuré 150 h</p>	<p>« Projet Tuteuré » (rapport écrit et soutenance orale)</p> <p>Le projet tuteuré doit permettre l'apprentissage et la mise en pratique de la méthodologie de conduite de projet, la mise en pratique des savoirs et savoir-faire, l'apprentissage de l'autonomie et l'expérimentation de la transdisciplinarité.</p> <p>Les sujets des projets peuvent fournis par les enseignants tuteurs ou par une entreprise, une collectivité locale ou une association. Ils ont pour finalité une réalisation mobilisant les disciplines de la spécialité.</p> <p>Il s'agit donc de réaliser une mission professionnelle en groupe confiée par une structure opérant dans le tourisme ou le développement durable. Mémoire et soutenance orale.</p>
--	--

UE8 – MANIFESTER LES COMPETENCES D'ACTEUR DU DEVELOPPEMENT DURABLE ET DU TOURISME RESPONSABLE DANS UNE ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

<p>Stage 350 h</p>	<p>« Stage en entreprise » (rapport écrit et soutenance orale)</p> <p>12 semaines minimum à partir de la première semaine d'avril.</p> <p>Le stage permet la connaissance active du monde professionnel et une mise en pratique contextualisée. Il concrétise l'apprentissage d'une méthodologie et favorise l'exercice de l'autonomie dans un environnement professionnel en France ou à l'étranger.</p>
-------------------------------	--

Code UE	Appellation	Matières	Heures étudiants	ECTS
SEMESTRE 5				
UE 1	Etablir un diagnostic territorial dans un contexte de développement touristique	Management Méthodologie études Méthodologie enquêtes Communication	18 20 18 30	8
UE 2	Construire un dossier de soutien de projet de développement local	Développement et aménagement du territoire Coopération internationale	21 21	4
UE 3	Agir en acteur du développement durable et du tourisme responsable dans une économie sociale et solidaire	Théories et économie du développement durable Economie sociale et solidaire Gestion (comptabilité, Gestion des ressources humaines) Création entreprises en milieu rural	18 18 29 21	8
UE 4	Valoriser le patrimoine du territoire national et/ou international par une communication adaptée à différents publics	Anglais 1 Initiation aux systèmes d'information géographiques	24 18	4
UE 5	Créer un service ou un produit touristique durable 1	Organisation et droit du tourisme Principes du tourisme durable	30 30	6
Total horaire étudiant S5 : 316			Total ECTS : 30	
SEMESTRE 6				
UE 6	Créer un service ou un produit touristique durable 2	Anglais Communication Marketing touristique Écotourisme	21 27 51 35	12
UE 7	Mener un projet professionnel		150	8
UE 8	Manifester les compétences d'acteur du développement durable et du tourisme responsable dans une économie sociale et solidaire		350	10
Total horaire étudiant S6 : 134 + 500			Total ECTS : 30	
Total général horaire étudiant : 450 + 500			Total général ECTS : 60	